Das heutige Zeitungswesen.

Inaugural-Dissertation

zur

Erlangung der Doctorwürde

der hohen philosophischen Fakultät

der

Ruprecht-Karls-Universität zu Heidelberg

vorgelegt von

Wilh. Kronsbein

aus

Dortmund.

Heidelberg.
[illegible] Carl Pfeffer
[illegible]





Das heutige Zeitungswesen.

Inaugural-Dissertation

zur

Erlangung der Doctorwürde

der hohen philosophischen Fakultät

der

Ruprecht-Karls-Universität zu Heidelberg

vorgelegt von

Wilh. Kronsbein

aus

Dortmund.

Heidelberg.
Buchdruckerei von Carl Pfeffer
1901.

Motto: Oratione hominem aestimo, non pallio.

Die Rede zeigt den Mann,
Nicht Bart und Mantel.

Janus Anisius.

Das heutige Zeitungswesen.

A. Allgemeines.

Die Presse ein Kommunikationsmittel. Veränderungen im Zeitungswesen infolge der politischen Entwickelung und der Fortschritte der Technik. Wirtschaftliche und soziale Wirkungen der Presse. Die heutige Verbreitung der deutschen Presse nach der Grösse und Parteistellung der Blätter. Zurückdrängung der gediegenen Zeitungen durch die parteilose Sensationspresse. Rückgang der sozialen Bedeutung der Presse.

B. Der eigentliche Wirtschaftsbetrieb der Zeitungen.

I. Die Nachrichten-Uebermittelung.

Die Depeschenbureaus und ihr Einfluss auf die öffentliche Meinung. Die parlamentarischen Bureaus. Die vervielfältigten Korrespondenzen. Das Feuilletonmaterial.

II. Der innere Redaktionsdienst.

Die Redaktionsarbeit bei kleineren und mittleren Zeitungen. Die Arbeitsteilung auf grossen Redaktionen. Der Chefredakteur und die administrative Leitung.

III. Der Expeditionsdienst.

Die Bearbeitung des Inseratenteils. Die übrigen Aufgaben der Expedition. Die Propaganda-Abteilung. Die Zeitungsbestellung in Berlin.

IV. Der Druckereidienst.

Der Faktor. Der metteur en pages. Die Korrektoren. Verdrängung der Handsetzer durch Setzmaschinen. Die heutige Verbreitung der Setzmaschinen. Die Korrekturarbeit bei den Setzmaschinen. Die technischen Fortschritte in der eigentlichen Druckerei. Wirtschaftliche Ausstrahlungen auf die Maschinen- und Papierfabriken.

V. Etat einer kleinen, einer mittleren und einer grossen Zeitung.

C. Schlussbetrachtungen.

Die Schattenseiten neben den Lichtseiten des heutigen Journalismus. Die Eile und Oberflächlichkeit der Journalisten. Entartung der deutschen Presse. Der gleiche Entwickelungsgang in England. Die Verhältnisse in Frankreich. Die Presse in Italien. Wie kann die deutsche Presse gesunden?

A. Allgemeines.

Es ist eine unbestrittene Thatsache, dass die Presse in unserem heutigen wirtschaftlichen und sozialen Leben als fördernder Faktor eine hervorragende Rolle spielt. Infolge dessen sind auch ihre eigenen wirtschaftlichen Verhältnisse von nicht zu unterschätzender Bedeutung. Diese Seite der Presse, sowie der ganze redaktionelle, technische und administrative Zeitungsbetrieb ist bisher von der Wissenschaft wenig, ja fast garnicht behandelt worden.

Die Presse wird von den Nationalökonomen zu den Cirkulationsmitteln gerechnet, und zwar zu der Unterklasse der Communicationsmittel, als welche man alle diejenigen privat- oder gemeinwirtschaftlichen Vorkehrungen und Einrichtungen (Posten, Telegraphen- und Eisenbahnbetriebsanstalten) betrachtet, welche, indem sie zur Versendung von Sachgütern, sowie zur Beförderung von Personen oder Nachrichten von einem Ort zum andern, oder zur weiteren Verbreitung von Anzeigen und sonstigen Mitteilungen dienen, teils den Güter-, Personen- oder Nachrichtentransport, teils den Anzeigenverkehr vermitteln*). Auch Roscher rechnet die gedruckte Anzeige zu den „Nachrichtentransportmitteln", als deren energischstes er den Telegraphen bezeichnet, dem die Annonce zwar an Schnelligkeit nachstehe, ebenso sehr aber an Breite der Wirkung überlegen sei, indem sie einen mächtigen Einfluss auf die Begegnung von Angebot und Nachfrage, auf die Beständigkeit der Produktion und Consumtion, die Entwickelung der Konkurrenz etc. ausübe. Die Anzeigen bilden aber nur einen Teil der Blätter, auch

*) Schober, Volkswirtschaftslehre, S. 190.

volkswirtschaftlich nicht unwichtig ist der redaktionelle Teil, der die geistigen Verkehrsbedürfnisse befriedigen hilft und nicht unwesentlich zur Kulturförderung beiträgt.

„Der Journalismus stellt sich", wie Rob. Prutz*) sehr treffend sagt, „als das Selbstgespräch dar, das die Zeit über sich selbst führt; er ist die tägliche Selbstkritik, welcher die Zeit ihren eigenen Inhalt unterwirft, das Tagebuch gleichsam, in welches sie ihre laufende Geschichte in unmittelbaren, augenblicklichen Notizen einträgt". Seit das Volk selbst dazu berufen ist, mitzuwirken bei der Leitung seiner Angelegenheiten, ist auch das Interesse an den Aufgaben des Staates und der Art und Weise, wie diese Aufgaben erfüllt werden, wesentlich gewachsen. Die Presse bildet den Resonanzboden der Parlamentsverhandlungen; in allen Landeshauptstädten, in denen parlamentarische Körperschaften zusammentreten, sehen wir auch alsbald die Presse emporblühen**). Aber nicht bloss die Einführung der Konstitution, auch die sonstigen politischen Veränderungen der neuen Zeit, die Verschiebung der sozialen Verhältnisse, der Aufschwung der Technik und der Industrie haben nicht bloss in den Haupt-, sondern auch in den Provinzialstädten tiefgehende Veränderungen im ganzen Zeitungswesen mit sich gebracht. Aus den akademisch belehrenden und unterrichtenden Journalen der früheren Zeit, bei denen es garnicht darauf ankam, ob sie einen Aufsatz heute oder in einigen Wochen oder gar in einigen Monaten brachten, sind überaus schnell arbeitende Tageszeitungen geworden, die sich gegenseitig an Schnelligkeit zu überbieten suchen.

---

*) Rob. Prutz, Geschichte des deutschen Journalismus. Hannover 1845.

**) Vgl. in: Kronsbein, Stenographische Streifzüge, die Aufsätze: Die Stenographie im Dienste der Presse, mit einem Rückblick auf die Entwickelung des Zeitungswesens (Bd. I. S. 35—59) und: Die Stenographie und die Sprache des Parlaments und der Presse (Bd. II. S. 29—51).

Dadurcb, dass die Presse eine Kontrolle über die öffentliche Thätigkeit ausübt, das Gute lobt und das Schlechte tadelt, geht von ihr eine soziale Wirkung aus, die von nicht zu unterschätzender Bedeutung ist; wie sie manche Menschen zu guten, edlen Thaten veranlasst, so hält sie andere, die das Richteramt der Presse fürchten, von schlechten, ungerechten Handlungen ab. Ohne Inanspruchnahme der Presse kann heute eine Wohlthätigkeitsveranstaltung, die sich an grössere Kreise wendet, auf Erfolg kaum rechnen. Auch die Polizei ist oft bei Verfolgung von Verbrechern auf die Benützung der Presse angewiesen, je schneller ein Verbrechen mit seinen Details zur allgemeinen Kenntnis gebracht wird, um so leichter gelingt es oft, des Thäters habhaft zu werden. Soziale und wirtschaftliche Missstände werden oft erst dadurch beseitigt, dass durch die Presse die allgemeine Aufmerksamkeit auf sie gelenkt wird. Angesichts aller dieser Thatsachen hat man nicht mit Unrecht die heutige Presse eine Grossmacht genannt. Und da sie ein so getreues Spiegelbild ihrer Zeit ist, so wird sie für spätere Zeiten eine wertvolle Geschichtsquelle sein, wie sie uns in gleicher Reichhaltigkeit über die Vergangenheit nicht zu Gebote steht.

Täglich bringen die grossen Zeitungen heute, nachdem alle Weltteile durch Eisenbahnen oder Telegraphen mit einander verbunden sind, die neuesten Nachrichten und allerneuesten Telegramme aus allen Ländern der Erde. Nicht bloss das ganze Leben der eigenen Nation, das politische wie das wirtschaftliche, das ideale wie das materielle, spiegelt sich täglich in den Zeitungen wieder, auch das Ringen und Streben der anderen Völker tritt uns hier lebendig vor Augen. Geändert haben sich aber nicht bloss die Zeitungen, sondern auch die Leser. In früherer Zeit waren es nur die Gebildeten und besser Situierten, welche sich eine Zeitung hielten, heute findet man Zeitungen und Zeitschriften in fast jedem Hause, in fast jeder Familie, ja für manche Leute ist die Zeitung die hauptsächlichste Bildungsquelle. Diese Leute lesen auch heute noch

ihre Zeitung mit derselben Gründlichkeit, wie die Leser der guten alten Zeit, die anderen modernen Leser aber — die nervösen — überfliegen das Blatt und lesen nur den Teil aufmerksamer, der sie gerade besonders interessiert. Diese Hast des Lesens entspricht ganz der Hast, mit der die Zeitung selbst hergestellt wird, der grösste Teil des Inhalts ist nur für den Tag berechnet, was heute geschrieben worden, ist meist am folgenden Tage schon vergessen.

Ehe wir unseren Blick in das innere Wirtschaftsgetriebe der Zeitungen werfen, sei zunächst noch die heutige Verbreitung der Presse in Deutschland, und zwar die Zahl der kleinen, mittleren und grossen Zeitungen sowie ihre Parteistellung angeführt, da auch diese Zahlen ein Licht auf die wirtschaftliche und soziale Bedeutung der Presse werfen.

Die über die Presse in Deutschland vorliegenden statistischen Aufstellungen sind sämtlich ungenau. Die Postzeitungsliste enthält Zeitungen d. h. regelmässig erscheinende Blätter, welche dem Nachrichtenverkehr dienen, und Zeitschriften durcheinander. Trotz ihrer Höhe ist die Zahl der in der Postzeitungsliste verzeichneten Zeitungen und Zeitschriften nicht vollständig, da hier alle diejenigen kleineren Zeitungen fehlen, deren Verbreitung über den Ort ihres Erscheinens nicht hinausgeht, die also die Post zu ihrer Beförderung nicht in Anspruch nehmen. Auch die alljährlich neu erscheinenden Kataloge von Mosse, Haasenstein & Vogler und Daube können auf Vollständigkeit keinen Anspruch machen, vor allen Dingen fehlt hier bei sehr vielen Zeitungen die zur richtigen Beurteilung ihrer Bedeutung wichtigste Angabe: die Höhe ihrer Auflage. Fast alle Verleger, die nicht mit hohen Auflagen glänzen können, betrachten die Verbreitung ihres Blattes als ihr Geschäftsgeheimnis, sie befürchten ihr Inseratengeschäft zu schädigen, wenn sie die richtige Zahl ihrer Auflage angeben. Höchstens wird zuweilen vor einem Quartalwechsel, wenn einige Tausend Exemplare der Zeitung für Propagandazwecke mehr gedruckt werden, unter Hinzurechnung dieser Exemplare

die Auflage am Kopfe der Zeitung genannt, wobei man dann die Annahme zu erwecken sucht, als handle es sich bei dieser Zahl um die ständige Auflage und um zahlende Abonnenten. Derartige vorübergehende hohe Auflagen wurden früher von weniger gewissenhaften Verlegern, auch wohl namentlich von den in der Propaganda ja stets besonders eifrigen und wenig wählerischen Generalanzeiger-Verlegern, den Herausgebern der Kataloge als regelmässige Auflage angegeben. Seit dem Inkrafttreten des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb dürfte dieses Verfahren allerdings fast ganz aufgehört haben. Auf dieses Gesetz ist aber auch zurückzuführen, dass jetzt in den Katalogen die Auflage-Rubrik weit mehr Lücken als früher aufweist, die Verleger machen heute lieber gar keine als eine falsche Angabe. Dies zeigt zugleich, was man von der Richtigkeit der früheren Angaben zu halten hat. Die verhältnismässig beste statistische Uebersicht über die deutsche Presse hat bisher Hjalmar Schacht in den „Jahrbüchern für Nationalökonomie und Statistik" geliefert*). Schacht zählte im Jahre 1898 unter Zugrundelegung der Postzeitungsliste, der oben genannten drei Kataloge und eigener Erhebungen 3405 Zeitungen in Deutschland, die sich auf 1884 Verlagsorte, von denen 177 auf das platte Land fallen, verteilen. Von diesen 177 ländlichen Orten, in denen Zeitungen erscheinen, weist Preussen 73, das übrige Reich 104 auf. Der heisse Konkurrenzkampf, der sich in den Städten im Zeitungsgewerbe entwickelt hat, findet sein Pendant auch auf dem Lande, wenn natürlich die Formen des Kampfes hier auch keine so scharfen sind. Jedenfalls aber giebt es kaum ein Kreisblättchen, das nicht auch schon seine Konkurrenz in demselben Orte hat. Wir können dies aus der Zahl der Blätter entnehmen, welche die Schacht'sche Tabelle als „Regierungsblätter" bezeichnet. Schacht meint hiermit Blätter,

---

*) „Statistische Untersuchungen über die Presse Deutschlands" von Hjalmar Schacht, Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik III. Folge, 15. Band, S. 503 ff.

deren Existenz durch ihre Eigenschaft als amtliche Publikationsorgane bedingt ist, was vor allem bei den als Publikationsorgan der Landratsämter dienenden amtlichen Kreisblättern der Fall ist, die in Süddeutschland meist nur Anzeigen, in Norddeutschland aber durchweg auch einen redaktionellen Teil enthalten. Solcher Regierungsblätter hat nun Schacht 486 gezählt. Da nur wenige dieser amtlichen Blätter in Städten erscheinen — es dürfte kaum $^1/_4$ der Gesamtsumme sein — so ergiebt sich hieraus, dass auch in den 177 Verlagsorten auf dem platten Lande mehr als je eine Zeitung erscheint.

Eine neuere, vom Vorstande des Vereins Deutscher Zeitungsverleger in diesem Jahre angestellte Ermittelung hat folgende bisher noch nicht veröffentlichte, mir freundlichst zur Verfügung gestellte Zahlen ergeben:

In Deutschland erscheinen gegenwärtig

457	Zeitungen	1 mal	wöchentlich	kleine Zeitungen.
618	"	2 "	"	
979	"	3 "	"	
106	"	4 "	"	
12	"	5 "	"	
ca. 1100	"	6 "	"	mittlere "
87	"	7 "	"	
1	"	11 "	"	grosse "
73	"	12 "	"	
11	"	13 "	"	
6	"	18 "	"	
1	"	19 "	"	
1	"	20 "	"	
3452				

Nur 1087 von diesen 3452 Zeitungen sind als zu einer Partei gehörig bezeichnet, also politische Blätter, 792 bezeichnen sich selbst als parteilos und die übrigen schweigen sich über ihre Richtung aus, man kann sie aber wohl den parteilosen Blättern, die somit heute schon ein bedeutendes numerisches Uebergewicht haben, zuzählen.

Die Zunahme der billigen Generalanzeigerpresse in den grösseren Städten hängt eng zusammen mit dem immer stärkeren Anwachsen der industriellen Arbeiterbevölkerung. Stolz behauptet diese angeblich parteilose, um die Gunst der Arbeiter buhlende Presse von sich, dass sie die moderne Kultur in die Hütte des ärmsten Tagelöhners trage. Es ist richtig, nicht die alten ehrwürdigen Journale und auch nicht die langweiligen, inhaltlosen Amts- oder Intelligenzblätter haben die Erkenntnis von den neuen Verhältnissen unter der grossen Masse des Volkes verbreitet, dieses Verdienst kann aber ebensowenig die Generalanzeigerpresse für sich in Anspruch nehmen, die doch meist nur, da sie nichts oder doch nur wenig für tüchtige eigene Mitarbeiter aufzuwenden vermag, von den Brosamen lebt, die von dem Tische der wirklich gediegenen Presse fallen. Diese zu grösseren Aufwendungen fähige und geneigte Presse, die ihr Publikum in dem mittleren Bürgerstande und den höheren Ständen findet, kann in der That als ein Kulturfaktor bezeichnet werden, nicht aber die Anzeigerpresse. Diese pocht gern darauf, dass sie unabhängig sei. Abgesehen davon, dass bei den Blättern, die auf die Gunst der Arbeiter angewiesen sind, von einer vollständigen Unabhängigkeit nicht die Rede sein kann, ist dort, wo wirklich aus rein geschäftlichen Gründen strengste Objektivität allen Parteien gegenüber beobachtet wird, diese Objektivität im Grunde weiter nichts als Gesinnungslosigkeit, die auf die Vertretung jeder eigenen Meinung verzichtet. Diese Presse erfüllt keine erzieherische Aufgabe, sie urteilt, wägt und richtet nicht, sondern verhält sich schweigend oder teilnahmslos referierend gegenüber den grossen Problemen, Interessen und Ideen, welche unsere Zeit bewegen, sie hat daher auch kein Verdienst um Religion, Staat, Recht, Kunst und Poesie. Dass grade diese Presse heute blüht, ist ein Beweis dafür, dass mit dem wirtschaftlichen Aufschwung eines Volkes keineswegs auch immer ein geistiger Aufschwung, eine moralische, ethische Hebung verbunden ist. Man kann im Gegenteil eher sagen, dass wirtschaftlicher Aufschwung in

der Regel einen Kulturfortschritt infolge der dann leicht Platz greifenden materialistischen Lebensauffassung erschwert. Die Geschichte lehrt uns, dass in einer Zeit, als Deutschland wirtschaftlich schwer darnieder lag, als es politisch eine traurige Rolle spielte, Männer wie Schiller, Goethe, Kant, Herder, Fichte, Wilhelm von Humboldt, Tieck, Schlegel, Schleiermacher, die grösste Bildungsarbeit betrieben; stammt doch auch aus jener Zeit das Wort, dass die Deutschen ein Volk von Denkern seien. Und es sollte gelingen, diesem Volke, auf dessen Kraft und Mitwirkung die Regierung des modernen Staates rechnen muss, das Denken, die Mitarbeit abzugewöhnen? Im alten Athen galt es für strafbar, keiner Partei anzugehören, ein weiser Grundsatz, denn er verurteilte die Gesinnungslosigkeit. Heute aber sehen wir, dass die Regierungen gegen ihre eigenen Interessen handeln, indem sie die parteilose Presse dadurch unterstützen, dass sie ihr ab und zu eine Nachricht geben*). Man scheint selbst in amtlichen Kreisen ganz zu übersehen, dass eine Presse, die durch ihre Urteilslosigkeit das Volk gleichgültig macht gegenüber den öffentlichen Aufgaben, statt Verständnis für die letzteren zu verbreiten, sich an dem ganzen Wesen des konstitutionellen Staates, an der ganzen sozialen Gemeinschaft versündigt, da die Freude an dem Zusammenarbeiten des Volkes mit der Regierung, die Bereitwilligkeit, Opfer für die Erfüllung der Aufgaben des Staates zu bringen, die Begeisterung für das Vaterland durch solche Abstumpfung

---

*) Eine bemerkenswerte Rede des Kaisers sowie eine Depesche des Zaren an den Kaiser sind jüngst einem parteilosen Berliner Sensationsblatte zuerst zur Veröffentlichung übergeben worden. Letzteres ist zwar nicht von amtlicher Stelle aus geschehen, aber doch von einer Persönlichkeit in der Umgebung des Kaisers. Sehr treffend bemerkte die „Germania" hierzu, dass die Veröffentlichung zuerst in einem Blatte erfolgt sei, „bei dem der Toast des Kaisers und die Depesche des Zaren nicht ihrer politischen Bedeutung nach, sondern als besondere „eigene" Sensationsnachricht auf dieselbe „Höhe" gestellt werden, wie schwere Criminalfälle von Mord, Raub und dergleichen".

verloren geht. Sehr richtig bemerkt die „Tägliche Rundschau"*) über die Sensationspresse:

„Was die Blätter betrifft, die sensationelle Veröffentlichungen bringen, so versteht es sich ganz von selbt, dass ihr Geschäftsinteresse, auf das ihre ganze Wirksamkeit sich gründet, sich auch durch den mächtigsten Willen auf Erden nicht hindern lassen wird, das Bedürfnis des zeitungslesenden Publikums, so wie sie es nun einmal verstehen, zu befriedigen. Sie haben dabei zwei mächtige Bundesgenossen, die Eitelkeit und die Verständnislosigkeit der Kreise, die wohl in der Lage wären, solche Vorkommnisse zu verhindern. Wenn man sieht, wie Herren, von denen man eine andere Anschauung erwarten sollte, bereitwillig nicht nur ihr eigenes Bildnis, sondern auch die Interna ihres Familienkreises der Oeffentlichkeit preisgeben, so kann man nicht das Vertrauen gewinnen, dass in diesen Kreisen gegenüber den Geschäftsinteressen des Herrn Scherl genügende Widerstandsfähigkeit besteht; vielmehr wird man berechtigt sein, mit einer durch Eitelkeit bewirkten Abstumpfung des Gefühls für die Grenzen der Oeffentlichkeit zu rechnen. Und nicht minder verbreitet ist die Verständnislosigkeit für die Gefahren einer gesinnungslosen und infolge dessen auf Sensation angewiesenen Presse. So lange Beamten- und Offizierkreise in dieser Gesinnungslosigkeit noch etwas Rühmenswertes und für die Regierung mindestens Bequemes, also gar eine Abart von Loyalität sehen, kann man sich nicht wundern, dass amtliche Stellen sich unfähig erweisen, dem Pressunfug zu steuern und groben Vertrauensbrüchen einen Riegel vorzuschieben."

Wir haben oben schon bemerkt, dass sogar amtliche Stellen der gesinnungslosen Presse zuweilen Nachrichten geben. Die hohe Auflageziffer öffnet diesen Blättern alle Thüren. Die grosse Gefahr, die für die ganze Nation in der Zurückdrängung der guten Presse und der sich immer mehr anbahnenden Alleinherrschaft der gesinnungslosen Blätter liegt, scheint an den

*) In ihrer Morgenausgabe vom 1. Juni 1901.

amtlichen Stellen nicht genügend erkannt zu werden. Die Regierungen werden später am meisten unter einer solchen Alleinherrschaft zu leiden haben, dann aber wird es zu spät sein, Wandel zu schaffen.

Während in England und Frankreich der Bezug der Zeitungen auf dem Wege des Abonnements fast gar nicht existiert, sondern der Strassenverkauf vorherrscht, bildet in Deutschland umgekehrt der Einzelkauf die Ausnahme und das Abonnement die Regel. Höchstens bei 2—3 Berliner Zeitungen kommt neben dem Abonnement der Strassenverkauf noch einigermassen in Betracht. Unter Zugrundelegung des Abonnementpreises und der vermutlichen Abonnentenzahl der in Deutschland von ihm gezählten 3405 Zeitungen hat Schacht berechnet, dass in Deutschland jährlich für Zeitungslesen etwa 63 Millionen Mark ausgegeben werden, d. h. mehr als eine Mark pro Kopf. Da, wie wir gesehen haben, über die Höhe der Auflage der Zeitungen nur überaus unvollständige Angaben vorliegen, eine Schätzung aber in den zahlreichen Fällen, in denen diese wichtige Angabe fehlt, einem Griff ins Blaue gleichkommt, ferner aber auch in sehr vielen Fällen, namentlich in kleinen Städten, mehrere Personen gemeinschaftlich auf ein Blatt abonnieren, das von dem einen zum andern wandert, und da ferner auch viele Zeitungsleser in Deutschland fremdländische Zeitungen halten, ebenso wie umgekehrt auch deutsche Zeitungen im Auslande gehalten werden, so liegt es auf der Hand, dass vorstehende Berechnung, so interessant sie auf den ersten Blick erscheint, doch für volkswirtschaftliche Betrachtungen keinen Wert haben kann.

Fast sämtliche Zeitungsverleger sind zugleich Buchdruckereibesitzer, sie haben neben der Zeitung meist noch eine Accidenzdruckerei, welche Druckaufträge der verschiedensten Art ausführt, auch ist in vielen Fällen mit der Druckerei noch ein Verlagsgeschäft verbunden. Die kleinen Zeitungsverleger wären fast sämtlich nicht existenzfähig, wenn sie nicht zugleich ein Druckereigeschäft betrieben. Man kann also die meisten

Zeitungsbesitzer — mindestens $^9/_{10}$ der Gesamtheit — sowohl als Verleger, wie als Buchdrucker ansehen. Nur wo Gesellschaften eine Zeitung, etwa ein Parteiorgan, herausgeben, geschieht dies nicht immer durch eine eigene Druckerei, in den meisten Fällen ziehen aber auch die Gesellschaften den Betrieb einer eigenen Druckerei mit einer Abteilung für Accidenzaufträge der Vergebung des Druckes ihrer Zeitung an einen anderen Drucker vor, da sie mit der Accidenzdruckerei ihre Einnahmen wesentlich verbessern und ein etwaiges Defizit der Zeitung decken können. Ein Buchdruckereibesitzer, der zugleich Zeitungsbesitzer ist, ist als solcher ein einflussreicher und allbekannter Mann, der viel leichter Druckaufträge für seine Accidenzdruckerei erhält, als ein Buchdrucker, der nicht zugleich Zeitungverleger ist. Der eine Zweig des Geschäftes stützt und fördert also den anderen, und es würde in unserem Zeitungsgewerbe traurig aussehen, namentlich würden die kleinen und viele mittleren Blätter beinahe sämtlich existenzunfähig sein, wenn das Buchdruckereigewerbe nicht so eng mit dem Zeitungsverlag verknüpft wäre. Die kleinen Verleger auf dem Lande betrachten sich denn auch mehr als Buchdrucker, denn als Verleger. Die Besitzer der grösseren Zeitungen aber fühlen sich mehr als Verleger und betonen gerade diese Eigenschaft mit besonderem Selbstbewusstsein.

B. Der eigentliche Wirtschaftsbetrieb der Zeitungen.

I. Die Nachrichten-Uebermittelung.

Indem wir nunmehr zu einer näheren Betrachtung des eigentlichen Wirtschaftsbetriebes der Zeitungen übergehen, sehen wir uns zunächst die Quellen, aus welchen die Presse ihr Material zu beziehen pflegt, etwas näher an. Für grosse politische Tageszeitungen bilden eine Hauptnachrichten-Quelle die Depeschen-Bureaus.

Sehr richtig weist Wuttke*) darauf hin, wie die politische Telegraphie — und dasselbe gilt heute von der neben der Telegraphie immer mehr zur Benutzung gelangenden Telephonie — die selbständige Macht der Zeitungen sehr geschmälert hat. Er sagt: „durch sie (die politische Telegraphie) wird der eigentliche Bericht zu einem wenig interessanten Nachtrage. Der erste Eindruck entscheidet. Die Thatsachen, Erfolge wirken greller, weil man die, meist abschwächenden Details nicht miterfährt. Dabei muss die mit dem Vorherrschen der Telegraphie fast unvermeidliche Eile und Oberflächlichkeit die ganze politische Litteratur gefährden“.

Ein wesentliches Moment ist hier von Wuttke unerwähnt geblieben. Alle wichtigen telegraphischen bezw. telephonischen Nachrichten sowohl aus dem Inlande wie aus dem Auslande erhalten die deutschen Zeitungen durch das Wolff'sche Telegraphenbureau in Berlin, das mit den telegraphischen Korrespon-

*) Die deutschen Zeitschriften und die Entstehung der öffentlichen Meinung. 1875, S. 161 ff.

denzbureaus in allen in- und ausländischen Hauptstädten in einem Kartellverhältnis steht.*)

Das Wolff'sche Bureau, das eine Filiale in Frankfurt a. M. zur Bedienung der nassauischen, hessischen, badischen und pfälzischen Blätter unterhält, giebt nun aber von Berlin aus keine politische Nachricht von Belang weiter ohne Genehmigung des Auswärtigen Amtes in Berlin, das also über die ihm vorgelegten Depeschen eine Art Censur ausübt. Alle Meldungen,

*) Das erste Telegramm brachte die „Kölnische Zeitung", nachdem im Jahre 1849 der Draht von Berlin nach Frankfurt a. M. eröffnet worden war. Die erste politische Neuigkeit, die telegraphisch verbreitet wurde, war die preussische Thronrede im Jahre 1849. Sofort bemächtigten sich die Korrespondenzbureaus dieser Institution. Bereits im Jahre 1840 hatte Charles Havas, der Gründer der Pariser Agence Havas, eine regelmässige Brieftaubenpost zwischen Paris und Brüssel, sowie Brüssel und London eingerichtet. Sein Sohn, der 1850 an seine Stelle trat, machte sich die neuen Verkehrsmittel, also Telegraph und Eisenbahn, zu nutze.

1849 gründete N. Bernh. Wolff, ehemaliger Besitzer der „Bank- und Handelszeitung" und der „Nationalzeitung", das Wolff'sche Telegraphenbureau in Berlin und fast zu gleicher Zeit Reuter in Paris das Reuter'sche Bureau. Reuter, welcher erst eine lithographierte Korrespondenz herausgegeben hatte, ging kurz nach Freigebung des Telegraphen nach Aachen und errichtete dort ein Telegraphenbureau. Nachdem im Jahre 1851 das Kabel zwischen Calais und Dover fertiggestellt war, siedelte er nach London über, von wo er bald den ganzen Erdkreis mit seinen Zweigbureaus umfasste. Schon im Jahre 1859 sandte Reuter Berichterstatter in die Lager der sich gegenüberstehenden Armeen Oesterreichs und Italiens. Naturgemäss musste sich zwischen den drei rivalisierenden grossen Instituten bald ein heftiger Konkurrenzkampf entwickeln, den die Parteien aber klugerweise durch eine Einigung im Jahre 1866 beilegten. Nun standen die Bureaus in direkter gegenseitiger Verbindung und konnten mithin, da die Telegramme den Zeitungen unentbehrlich waren, die Presse mit tendenziösen Berichten sozusagen beherrschen. Oft wurden die Telegramme von den Regierungen beeinflusst, und schliesslich musste der neue „Dreibund" als offiziös gelten. (Paul Bierwirth, „Die Entwickelung des Zeitungswesens", im Rathgeber für die gesamte Druckindustrie, Buchbinderei und verwandte Gewerbe; VI. Jahrgang, Nr. 1, S. 2. Leipzig, 1901).

welche der deutschen Reichsregierung unangenehm erscheinen, werden selbstverständlich nicht weiter verbreitet. Da nun der bei weitem grösste Teil der deutschen Presse sich, was den telegraphischen Dienst anbelangt, auf den Bezug der Depeschen des offiziösen Wolff'schen Bureaus beschränkt und nur die verhältnismässig kleine Zahl der grössten Tageszeitungen neben den Wolff'schen Depeschen noch Privattelegramme bezieht, so liegt es auf der Hand, welcher Einfluss von der einen Stelle in Berlin aus auf die ganze öffentliche Meinung ausgeübt wird, ein Einfluss, der weniger in dem besteht, was in die Welt hinaus telegraphirt wird, als in dem, was — verschwiegen wird.

Für eine genossenschaftliche Organisation des Pressdienstes sind in Deutschland bereits die ersten Anfänge vorhanden.

Wir haben in Berlin parlamentarische Bureaus, von denen jedes für eine ganze Reihe von Zeitungen die Berichte über die Verhandlungen des Reichstages und der beiden Häuser des Landtags liefert. Die Centrumspresse z. B. hat ihr eigenes parlamentarisches Bureau, auf dessen Berichte eine ganze Anzahl Centrumsblätter abonniert haben. Ein anderes Bureau bedient gleichzeitig freisinnige, nationalliberale und freikonservative Blätter, indem es in den Berichten für die freisinnigen Blätter die Redner der freisinnigen Partei, in denjenigen für die nationalliberalen Blätter die nationalliberalen Redner und in denjenigen für die freikonservativen Blätter die freikonservativen Redner ausführlicher als die anderen Redner — nur noch die Ministerreden werden ebenfalls eingehender berücksichtigt — wiedergiebt. Man kann also sagen, dass dieses eine Bureau nicht einen, sondern drei verschiedene Berichte herstellt. Auch die Ausdehnung der Berichte dieses einen Bureaus ist eine verschiedene: es giebt Berichte für kleine, mittlere und grosse Zeitungen. Manche Provinzialzeitungen lassen sich diese Parlaments-Berichte ebenso wie die Wolff'schen Depeschen von Berlin resp. Frankfurt a. M. aus telephonieren. Zur Entgegennahme dieser telephonischen Berichte genügt ein Currentschreiber nicht, es hat sich deshalb eine besondere Klasse von Steno-

graphen, die sogenannten Telephonstenographen, gebildet, deren Zahl noch im Steigen begriffen ist. In den Depeschenbureaus — ausser dem Wolff'schen Bureau übermittelt auch das Depeschenbureau Herold telephonische Parlamentsberichte und sonstige Depeschen — sind auch Damen für den Telephondienst angestellt, deren hellere Stimmen sich besonders gut für den telephonischen Nachrichtendienst eignen.

Gemeinschaftliche Bezugsquellen, welche weit billiger liefern, als der einzelne, nur für ein einziges Blatt arbeitende Journalist zu arbeiten vermag, giebt es ferner für Leitartikel, Feuilletons u.s.w. in den sogenannten politischen und den Feuilleton-Korrespondenzen. Grosse Zeitungen werden selbstverständlich ihr Material aus diesen Korrespondenzen gar nicht oder nur zu einem ganz geringen Teil beziehen, für die mittleren Blätter aber, die keine hohen Honorare an besondere Mitarbeiter zahlen können, bilden sie eine viel benutzte Quelle. Das aus diesen billigen Korrespondenzen — die täglich sich mehrende Concurrenz hat auch hier schon die Preise herabgedrückt — geschöpfte Material erscheint dann als „Originalbericht“ oder als „Korrespondenz unseres eigenen Berichterstatters“. Der Leser in Karlsruhe, Mannheim oder Heidelberg erfährt gar nicht, ob dieselbe Korrespondenz nicht auch in demselben Wortlaut in Kaiserslautern, Königsberg oder Danzig erscheint, die Interessen der Blätter in all diesen Orten kollidieren nicht im geringsten und so dürfte sich denn dieser gemeinschaftliche Bezug billiger Korrespondenzen, der heute schon in unserer Publicistik eine so grosse Rolle spielt, noch weiter ausdehnen.*)

*) Ueber die historische Entwickelung dieser Korrespondenzen und das erste Auftauchen der „Spezialkorrespondenten“ giebt Paul Bierwirth in seinem bereits oben erwähnten Aufsatz folgende interessanten Daten: „Um 1830 entstanden die sogenannten lithographierten Korrespondenzen, welche gleichzeitig an mehrere Redaktionen verschickt wurden und auf einen Dr. Singer zurückgeführt werden, welcher an die deutschen Diplomaten regelmässig politische Briefe versandte. 1832 wurde in Paris die Correspondence Garnier gegründet, die das erste derartige Institut gewesen ist und von Ludwig Philipp zur Regierungs-

In dem Budget der Zeitungen sind die Ausgaben für Romane und Novellen von nicht geringer Bedeutung. Durch das heutige Massenangebot sind auch die Preise für dieses Material ziemlich niedrige geworden. Die gesamte kleinere und mitt-

---

korrespondenz gemacht wurde. Die Correspondence Garnier sandte ihre Berichte nicht nur an französische Zeitungen, sondern auch deutsche übernahmen sie. Bald darauf wurde sie von Havas angekauft und in die Agence Havas, die jetzt noch besteht, verwandelt. Auch in Deutschland bürgerten sich die Korrespondenzen nach und nach ein, war es doch bedeutend billiger und bequemer, das Material sich zuschicken zu lassen. Bald wurden nicht nur Nachrichten auf diese Weise in den Zeitungen verwandt, sondern auch Leitartikel, Feuilletons u. s. w. Die erste Parlamentskorrespondenz wurde von der Centrumspartei über die Nationalversammlung herausgegeben. 1849 gab Wuttke eine lithographierte grossdeutsche Korrespondenz heraus. Im selben Jahre folgte Wolff, der zugleich den Telegraphen sich nutzbar machte und sein Unternehmen „Telegraphisches Korrespondenzbureau“ nannte, das heute eine so grosse Bedeutung im Zeitungswesen erlangt hat. Wolff verbreitete zuerst die Börsenkurse für monatlich 20 Thaler. Bald vermehrten sich die Korrespondenzbureaus in sichtlicher Weise. In Wien war bereits 1843 eine autographische Korrespondenz erschienen. Versammlungen und Gerichtsverhandlungen wurden auf diese Weise vervielfältigt und mehreren Zeitungen zugleich mitgeteilt. Es entstanden nach dem Vorbild der offiziösen Regierungskorrespondenzen, die auf diese Weise Einfluss auf die Presse zu gewinnen suchten (zu nennen sind die Wiener „Politische Korrespondenz“, die „Mil.-Pol. Korresp.“), parteipolitische Korrespondenzen, so die „Konservative“, „Nationalliberale“, „Liberale“ u. a. Die Lokalkorrespondenzen, deren es besonders in Berlin eine erkleckliche Anzahl giebt, mehrten sich in jüngster Zeit auffallend. Handel und Industrie, Kunst, Theater, Litteratur, kurz alle Gebiete werden von derartigen Instituten bearbeitet. Besonders die Belletristik wurde, wie bereits erwähnt, in dieser Weise auf den Markt gebracht. „Daheim“ gründete eine belletristische Korrespondenz, von der für billiges Geld Romane, Novellen etc. an die Zeitungen versandt wurden. Andere folgten. Natürlich waren dies Erzeugnisse zweiter Klasse; denn die bedeutenden Schriftsteller verkauften sich in dieser Weise nicht. Jetzt haben sich besondere Verlage gebildet, welche nur dieses Gebiet bearbeiten, einer der bekanntesten ist wohl Greiner & Co. in Berlin. Welchen Einfluss die Setzmaschine auf die Korrespondenzen üben wird, ist vorerst gar nicht abzusehen. Seit den siebziger Jahren, als die

lere Presse und auch ein Teil der grossen Zeitungen bezieht heute die Romane und Novellen nicht mehr direkt von den Autoren, sondern von litterarischen Agenturen resp. Verlagsfirmen, welche die von ihnen von den Autoren erworbenen Arbeiten gleichzeitig an eine grössere Zahl von Zeitungen, deren Leserkreis nicht miteinander kollidiert, vergeben. Man unterscheidet hier zwischen einem gemeinschaftlichen ersten Abdruck, für den die Agenturen etwa ein halbes Dutzend grössere Zeitungen zu gewinnen suchen, und einem zweiten Abdruck, für den die Zahl der Zeitungen natürlich den Agenturen nicht hoch genug sein kann. Selbstverständlich ist dieser zweite Abdruck bedeutend billiger, als der erste. Einige besonders geschäftsgewandte Agenturen vergeben auch noch einen allerersten, nicht gemeinschaftlichen Abdruck, der natürlich der teuerste ist. Die Redaktionen thun immer gut, wenn sie auf ein Angebot einzugehen gewillt sind, sich zunächst ganz genau angeben zu lassen, in welchen Zeitungen der Roman bereits erschienen, bezw. an welche er bereits vergeben ist. Auch einige der schon erwähnten Feuilleton-Korrespondenzen bringen fortlaufend Romane. Natürlich ist der Preis aller dieser von den litterarischen Agenturen resp. den Feuilleton-Korrespondenzen bezogenen Romane, da hier auf Massenabsatz hingewirkt wird, ein weit billigerer, als wenn die Zeitungen direkt von den Autoren beziehen, die ihre schriftstellerische Thätigkeit nicht mit solcher Geschäftsroutine betreiben, dass sie ihre Arbeiten vervielfältigen und sich mit denselben gleich an eine

Telegrammgebühren verbilligt wurden, halten sich die grossen Zeitungen aber meist eigene Korrespondenten auf allen grossen Plätzen des In- und Auslandes, die über die wichtigen politischen, künstlerischen oder litterarischen Ereignisse Bericht erstatten. Es bildete sich das Spezial-Korrespondenztum heraus. Bahnbrechend war in dieser Beziehung wohl das „Berliner Tageblatt“, während die grossen englischen und amerikanischen Blätter bereits vorangegangen waren. Dass die Zeitungen aber auch die Korrespondenzbureaus nicht entbehren können, beweist die Zunahme der letzteren und ist bei dem Umfange der heutigen Blätter ganz erklärlich“.

grössere Anzahl von Zeitungen wenden. Den Hauptverdienst dürften unter den heutigen Verhältnissen nicht die Autoren, die nur ein einmaliges Honorar erhalten, sondern die Agenturen resp. Verleger davontragen, sofern es ihnen gelingt, einen grösseren Absatz zu erzielen. Nachdem das Zeitungsgebiet abgegrast, erscheinen manche dieser Romane in Buchform, wodurch von der Agentur resp. dem Verleger eine neue Einnahme erzielt werden kann.

Wir haben die Hauptbezugsquellen für das von den grösseren Zeitungen benötigte Nachrichten- und sonstige redaktionelle Material kennen gelernt. Zu diesem Material gesellen sich noch die Zeitungen, auf welche die Redaktion abonniert hat oder welche ihr im Tausch zugehen. Sehen wir uns nun den Redaktionsdienst etwas näher an.

II. Der innere Redaktionsdienst.

Die auf dem Lande erscheinenden Kreisblätter haben überhaupt keinen besonderen Redakteur, hier besorgt der Verleger zugleich die Redaktionsgeschäfte, höchstens hat er noch für Redaktion und Expedition zusammen einen Gehülfen. Eigene Artikel werden nicht geschrieben, mit Scheere und Gummitopf wird die ganze Redaktion besorgt. Der Lehrer des Ortes und seine Kollegen in der Nachbarschaft senden ab und zu kleine Lokalnotizen, die höchstens mit 5 Pfennigen pro Druckzeile oder mit einem Freiexemplar des Blattes honoriert werden, im übrigen bilden den Hauptinhalt des Blattes die vom Landrat des betreffenden Kreises gesandten Bekanntmachungen, die, wenn sie auch nur das Ausbrechen oder Erlöschen von Maul- und Klauenseuche, die Sperrung von auszubessernden Wegen u. s. w. betreffen, für so wichtig erachtet werden, dass sie nicht hinten im Inseratenteil, sondern vorn an der Spitze des Blattes erscheinen. Bezahlt werden diese Inserate nicht — der Fiskus zahlt bekanntlich nie gern — höchstens erhält der Verleger eine lächerlich niedrige jährliche Pauschalsumme, mit der er

noch nicht den zehnten Teil der Satzkosten dieser Inserate decken kann. Infolge der Erhöhung der Papierpreise ist jetzt eine Bewegung unter den Kreisblattverlegern im Gange, die auf eine Beseitigung der unentgeltlichen resp. so gering bezahlten Aufnahme der amtlichen Bekanntmachungen gerichtet ist. Da sämtliche Bürgermeister und Ortsvorsteher des Kreises und andere dienstliche Stellen das Kreisblatt infolge seiner Eigenschaft als amtliches Publikationsorgan lesen müssen, so werden hierdurch dem Kreisblatt eine Reihe von Abonnenten zugeführt, und diese Zuführung betrachtet das Landratsamt als genügende Gegenleistung für die in den meisten Fällen unentgeltliche Aufnahme seiner Bekanntmachungen. Auf politische und Feuilleton-Korrespondenzen sowie auf Parlamentsberichte haben diese Blätter nicht abonniert, sie erhalten aus Berlin die ministerielle „Berliner Korrespondenz“ gratis und beziehen nur 3—4 grössere Blätter ihrer Provinz sowie die Nachbarblättchen, mit welch letzteren sie im Tauschverhältnis stehen. Aus diesen billigen Quellen schöpfen sie das für sie Nötige und es reicht vollständig aus, um die wenigen Spalten ihres redaktionellen Textes zu füllen. Der Redaktionsetat dieser Blätter weist also nur ganz geringe Beträge auf, die Hauptausgabe der Zeitung bilden die Löhne für das viertel oder halbe Dutzend Setzer, die einen einheitlichen Tarif für Deutschland haben und, wenn sie nicht in festem Taglohn, sondern in Stücklohn stehen, 36—50 Mark pro Woche zu verdienen pflegen. Mit wesentlich grösseren Ausgaben haben natürlich die mittleren Blätter in den kleinen Städten und vor allem die grossen Tageszeitungen in den Landeshauptstädten und einigen grossen Provinzialstädten zu rechnen. Die mittleren Blätter haben ausser dem politischen meist noch einen besonderen Lokalredakteur. Das Feuilleton wird meist von diesen beiden Kräften, die in der Regel beide von der Kunst wenig verstehen, noch mit besorgt, nur bei grösseren Provinzialzeitungen findet man noch einen besonderen Feuilletonredakteur.

Die Zahl der Korrespondenzen, auf welche die Blätter dieser Kategorie abonniert sind, sowie die Zahl ihrer Lokal-

korrespondenten in der Provinz — meist sind dies Lehrer — ist je nach dem Umfang und der Verbreitung des Blattes eine mehr oder minder grosse, bewegt sich aber gegenüber dem Material, das grosse Zeitungen beziehen, in bescheidenen Grenzen, sodass der Etat durch die Ausgaben hierfür nicht übermässig belastet wird. Zeitungen wirklich grossen Stils haben wir in Deutschland ausser in der Reichshauptstadt, in einer Anzahl Landeshauptstädte und in einigen wenigen grossen Provinzialstädten, wie Köln und Frankfurt a. M. Hier finden wir ein Redaktionspersonal von 4, 6, 8—15 und 20 Köpfen.

Die Arbeitsteilung ist in den Redaktionen der grossen Zeitungen eine ganz verschiedene. Die meisten Redaktionen haben die Scheidung: innere Politik, äussere Politik, Feuilleton, Lokales, Handel und Industrie. Das Ressort der inneren Politik, das die innerpolitischen Vorgänge im Reich und in den Bundesstaaten zu behandeln hat, weist, seitdem die Sozialpolitik eine so grosse Bedeutung gewonnen hat und in den Parlamentsverhandlungen einen so breiten Raum einnimmt, zum mindesten e i n e n besonderen Sozialpolitiker auf. Meist ist heute auch der Chefredakteur Nationalökonom. Heer und Marine, Koloniales, Sport u. s. w. bilden auch oft Unterressorts. Die äussere Politik wird bei vielen grossen Zeitungen noch nach Ländern verteilt, indem der eine Ressortredakteur die Dreibundstaaten, ein anderer etwa Frankreich und England, ein dritter Russland und den Orient mit besonderer Aufmerksamkeit zu verfolgen hat. Inbezug auf den Feuilletonteil sind meist die Theaterkritiken von den Musikkritiken und den Besprechungen der bildenden Kunst geschieden und für jedes dieser Gebiete besondere Kunstkritiker thätig. Manche Ressortleiter geben ihr Manuskript direkt in die Setzerei, ohne dass der Chefredakteur vorher davon Einsicht nimmt. Wo der Dienst in dieser Weise gehandhabt wird, entsteht, da sich der eine Ressortredakteur niemals um das Material des anderen kümmert und jeder bestrebt ist, in seinem Teil des Blattes recht viel Interessantes zu bieten, täglich ein embarras de richesse, mit dem der Metteur

en pages, dem die Zusammenstellung des ganzen fertigen Stoffes obliegt, seine schweren Kämpfe hat, da eine zu der Zahl der Annoncen im richtigen Verhältnis stehende Bogenzahl nicht überschritten werden soll. Die Folge dieses Ueberflusses an Stoff ist, dass manches für den folgenden Tag zurückbleibt, dann aber veraltet ist und infolge dessen einfach wieder abgelegt wird, sodass also ganz unnütze Satzkosten entstehen.

Da sich dies täglich wiederholt, so können sich diese überflüssigen Satzkosten auf viele Tausend Mark jährlich belaufen. Ganz anders gestaltet sich die Sache dort, wo die gesamten Manuskripte zunächst in die Hände des Chefredakteurs wandern und von diesem in die Setzerei befördert werden. Der Chefredakteur, dem alle Ressorts gleich wert sind, wird den richtigen Ausgleich, wie er oft durch die Ereignisse des Tages bedingt wird, vorzunehmen wissen und nicht mehr Manuskript in Satz geben, als auch thatsächlich in der Zeitung untergebracht werden kann. Dadurch werden unnütze Satzkosten vermieden. Das Manuskript aus den einzelnen Ressorts, das dem Chefredakteur vorgelegt wird, ist aber meist auch sorgfältiger bearbeitet, als wenn kein prüfendes Auge auf dasselbe fällt, es unterlaufen infolge dessen den Setzern weit weniger Fehler bei ihrer zudem noch flotteren Arbeit, und so tritt auch hierdurch eine grosse Ersparnis in den Ausgaben der Druckerei ein.

Wir gehen hier auf die Aufgaben des Chefredakteurs noch etwas näher ein, da ja die Person des Chefredakteurs für jedes grössere Blatt von ganz besonderer Bedeutung ist. Von seiner geschickten Leitung, seiner richtigen Auswahl der Mitarbeiter hängt meist das Schicksal des ganzen Blattes ab. Eine im grossen Ganzen zutreffende Charakteristik des Chefredakteurs giebt Wehle in seinem journalistischen Handbuch „Die Zeitung"*), in dem er u. a. sagt:

*) Die Zeitung. Ihre Organisation und Technik. Versuch eines journalistischen Handbuchs von J. H. Wehle. Wien, Pest, Leipzig. A. Hartleben's Verlag. 1878. S. 20 ff.

„Man kann den Chefredakteur mit einem Feldherrn vergleichen, oder mit einem Schiffskapitän, oder mit dem Steuermann, oder mit einem Ministerpräsidenten, oder mit einem Herrscher, oder mit einem Lokomotivführer u. s. w.; der Vergleich wird diesmal mehr hinken als jeder andere*). In Wahrheit hat der Chefredakteur etwas von diesen Allen und vereinigt in seiner Person alle Tugenden des Herrschers, Führers und Leiters.

Das ist von vorne herein ein schlechter Chefredakteur, der für die tägliche Redaktionsarbeit unentbehrlich ist .... Seine Thätigkeit ist in erster Linie eine organisatorische. Aber diese allein reicht nicht aus, er muss auch schöpferische Kraft besitzen, er muss Ideen haben und seine Gedanken und Pläne müssen weiter reichen als das jeweilige Tagesbedürfnis. Sein Blick muss immer vorwärts gerichtet sein; während die Diplomaten noch eifrig an dem Friedensvertrag zimmern, während die ganze Welt sich in Friedenshoffnungen wiegt, muss der Chefredakteur wissen, dass die diplomatischen Bemühungen vergeblich sind, er muss für den Krieg gerüstet sein. Seine Kriegskorrespondenten sind reisefertig und der Redaktions-

*) Es fehlt hier ein Vergleich, der vielleicht der zutreffendste von allen ist: der mit dem Theaterregisseur. Nicht von dem einzelnen Schauspieler oder Sänger, und sei er noch so hervorragend, hängt das Gelingen des Ganzen ab, sondern davon, dass alle einzelnen Darsteller sich zu einer harmonischen Gesamtleistung vereinigen. Diese kann nur der Regisseur herbeiführen, der, ein Lehrmeister seiner Truppe, überall wo es nötig ist, die Darstellung des Einzelnen ausfeilt, auch der äusseren Inscenierung die nötige Aufmerksamkeit schenkt und so für einen günstigen Gesamteindruck Sorge trägt. Auch bei der Zeitung kommt es auf eine geschickte äussere Inscenierung an; ein Artikel kann noch so vorzüglich sein, er nützt dem Blatte nur dann, d. h. er findet nur dann allgemeine Beachtung, wenn er auch an der richtigen Stelle steht, es bedarf also auch hier der Hand des Regisseurs, der die einzelnen Teile in das richtige Verhältnis zu einander und unter die richtige Beleuchtung bringt.

stratege ist bereits angeworben, lange bevor die erste Kolonne sich in Bewegung gesetzt hat.

Der Verkehr mit den Schriftstellern und mit den auswärtigen Mitarbeitern ist gleichfalls seine Aufgabe, und wo es geht, ist ihm zur Führung der Korrespondenz ein Redaktionssekretär beigegeben. Aber selbst in diesem Falle ist er des Schreibens nicht überhoben; denn manche Schriftsteller bestehen auf eigenhändig geschriebenen Briefen, abgesehen davon, dass es in jeder Redaktion Beziehungen der allerintimsten Natur giebt, die nicht einmal der Redaktionssekretär erfahren soll. Man braucht dabei nicht an solche Geheimnisse zu denken, die kompromittirend für das Blatt sind. Der Name eines Mitarbeiters, die Provenienz irgend einer wichtigen Nachricht, eine Frage der Partei-Taktik, das Alles kann unter Umständen ein Redaktionsgeheimnis strengster Observanz werden, wo die Diskretion selbst dem Redaktionspersonale gegenüber eingehalten wird. Gerade für Beziehungen heikler Natur ist der Chefredakteur der rechte Mittelsmann, da in seiner Hand alle Fäden zusammenlaufen und nur er allein die Macht besitzt, die weitestgehenden Verpflichtungen für das Blatt einzugehen ....

Eine seiner wichtigsten Aufgaben ist das Aufspüren und Ermuntern neuer Talente. Er muss immer auf den Nachwuchs bedacht sein. Und wenn die Erfolge noch so gross, das Blatt noch so viele Anerkennung gefunden, darf der Chefredakteur niemals befriedigt sein. Er muss trachten, das Unternehmen noch vollkommener zu machen. Freilich darf er seine Unzufriedenheit nur selten in der Redaktion äussern. Das Lob ist ein viel kräftigerer Ansporn, als der Tadel. Nur in den äussersten Fällen soll zum letzten Mittel gegriffen werden, und da muss die Ermahnung einschlagen wie das Gewitter, leuchtend und reinigend ....

Wohl kommen die Fälle selten vor, dass der General sich an die Spitze des Regiments stellt, aber wenn die Notwendigkeit eintritt, dann muss der Chefredakteur auch verstehen, seine Waffe — die Feder — zu handhaben, nicht allein ebenso

gut wie der letzte Soldat, sondern besser wie die besten seiner Untergebenen. Man muss in- und ausserhalb der Redaktion sofort heraus spüren, dass diesen Artikel der Chef selbst geschrieben hat. Wichtiger als diese schriftstellerische Begabung ist der Reichtum an Ideen. Die Unterhaltung des Chefredakteurs mit den Mitarbeitern soll immer journalistisch befruchtend auf die letzteren wirken, und zwar nicht allein dann, wenn der Chef direkt die Richtung eines Aufsatzes vorschreibt, wenn er einen Artikel „inspirirt", sondern auch in allen Zusammenkünften, ob sie nun förmliche „Redaktionskonferenzen" oder nur zufällige Gespräche sind. Ein „Nürnberger Trichter" für angehende Chefredakteure ist aber noch nicht erfunden. Man muss eben die Ideen haben, um sie Anderen mitteilen zu können. Eine fruchtbare Eingebung des Augenblicks war es wahrscheinlich, als der Herausgeber des „New-York Herald", Mr. Benett, zu seinem Mitarbeiter, dem seither berühmt gewordenen Afrika-Reisenden Stanley sagte: „Go and find Livingstone". Ein ebenso glücklicher Gedanke desselben Benett war es, als er die Lebensmittel bei verschiedenen Kaufleuten auf die vorgenommenen Fälschungen untersuchen liess und die Resultate in seinem Blatte veröffentlichte. Die Einführung von Separattrains für die Depeschenbeförderung, die Anlage von besonderen Telegraphenlinien, das Alles sind journalistische Ideen, die aber leichter erzählt, als erfunden werden."

Diese Charakteristik trifft hauptsächlich auf diejenigen Chefredakteure zu, die Leiter von Zeitungen sind, welche sich im Besitze grösserer Gesellschaften befinden. Wo aber das Blatt einem einzigen Verleger gehört, der neben dem Kabinet des Chefredakteurs sein Komptoir aufgeschlagen hat, da ist es, wie übrigens auch Wehle selbst bemerkt, mit der Herrlichkeit des Chefredakteurs nicht weit her, in allen wichtigen Dingen spricht hier, vom rein redaktionellen Dienst abgesehen, der Verleger selbst das entscheidende Wort.

Von den grossen „Berliner Zeitungen" sind die „Kreuzzeitung", die „Post", die „Berliner Neuesten Nachrichten", der

„Reichsbote", das „Kleine Journal", die „Staatsbürger-Zeitung", die „Deutsche Warte", und seit kurzem auch der „Lokal-Anzeiger" und die „Morgenpost" im Besitze von Gesellschaften mit beschränkter Haftung. *) Das Gleiche ist bei einer Reihe von grösseren Provinzial-Zeitungen, wie „Frankfurter Zeitung", „Königsberger Allgemeine Zeitung", „Kieler Zeitung" der Fall. Gerade die Handelsgesellschafts-Form, wie sie durch Reichsgesetz von 1892, das im Jahre 1898 eine Aenderung erfahren hat, in den Gesellschaften mit beschränkter Haftung geschaffen worden ist, bietet für Zeitungsunternehmungen mancherlei Vorteile, doch muss die Organisation, wenn die Interessen des Blattes nach allen Richtungen hin gleichmässig gewahrt werden sollen, eine solche sein, dass sich die oberste Leitung in einer einzigen Hand konzentriert. Wo zwei einander koordinierte Leiter vorhanden sind, der Chefredakteur lediglich als Leiter der Redaktion und ein kaufmännischer Direktor — einige Gesellschaften haben ihrem Geschäftsführer den Titel Direktor gegeben — für die Leitung der Expedition und der Druckerei, da liegt die Gefahr zu Reibungen zwischen diesen beiden Personen sehr nahe, namentlich wenn etwa der Direktor resp. Geschäftsführer den Anspruch erhebt, der eigentliche Leiter des ganzen Unternehmens zu sein. Der kaufmännische Chef wird leicht geneigt sein, wenn seine Propaganda für eine weitere Ausbreitung des Blattes ohne Erfolg bleibt, der Redaktion des Blattes, an dessen Inhalt er nun Aussetzungen machen zu können glaubt, die Schuld an der Wirkungslosigkeit der Propaganda zur Last zu legen. Umgekehrt wird der Chefredakteur, wenn er lediglich für seine Redaktion verantwortlich ist und sich um die Administration gar nicht zu kümmern hat, in der Regel alles Heil in betreff der Hebung des Blattes von den Massnahmen

*) Nach der vom „Centralverein der deutschen Gesellschaften mit beschränkter Haftung" zu Berlin im Juni 1898 herausgegebenen Statistik bestanden damals 1839 Gesellschaften m. b. H. mit einem Stammkapital von 692546300 Mark. Hiervon entfallen auf die polygraphischen Gewerbe 7121000 Mark.

des administrativen Leiters erwarten. Dieser Dualismus kann, wenn die beiden Leiter nicht zufällig zwei Naturen sind, die durchaus mit einander harmonieren, für kein Blatt von Vorteil sein. Wünsche und Anregungen, die von dem Leiter der Expedition und Druckerei dem Chefredakteur gegenüber geäussert werden, werden, sobald die Harmonie zwischen den beiden gestört ist, beim Chefredakteur auf Widerspruch stossen, und so werden leicht Neuerungen resp. Veränderungen unterbleiben, die für das Unternehmen vielleicht von grossem Nutzen sein würden. Wir werden noch weiter unten sehen, wie gerade technische Fortschritte, wie z. B. die Einführung von Setzmaschinen, heute auf den ganzen Redaktionsdienst zurückwirken und wie notwendig es daher ist, dass Redaktion und Druckerei Hand in Hand arbeiten. Alle Reibungen und störenden Einflüsse können vermieden werden, wenn das geistige Oberhaupt des Blattes, der Chefredakteur, zugleich erster Geschäftsführer der Gesellschaft ist und somit einen massgebenden Einfluss auf alle Ressorts ausübt; er wird dann ganz von selbst auch technische Fortschritte für sein Unternehmen auszunutzen suchen und der alljährlich der Generalversammlung zu unterbreitende Geschäftsabschluss wird dann ein günstigeres Resultat aufweisen, als wenn eine solche einheitliche Leitung nicht vorhanden ist. Selbstverständlich muss dem Chefredakteur für die spezielle Leitung der Expedition und Druckerei ein zweiter Geschäftsführer, der aber nicht ihm koordiniert ist, sondern unter ihm steht, beigegeben werden. Die Druckerei wird ohnedies überall noch speziell einem Faktor unterstellt sein. Zur Vereinigung der Gesamtleitung in einer einzigen Hand gehört allerdings, dass der Chefredakteur, der in einem solchen Falle ausser seinem festen Gehalt noch Tantième zu beziehen pflegt, nicht bloss ein tüchtiger Politiker, der die Feder gewandt zu führen versteht, ist, sondern auch ein praktischer Geschäftsmann, der sich ausserdem auch mit dem technischen Betriebe des ihm unterstellten Unternehmens einigermassen vertraut gemacht hat. Diese Vereinigung findet man allerdings nicht oft,

wo sie aber vorhanden ist, da kann sie dem ganzen Unternehmen nur zum Segen gereichen. Ist der Chefredakteur lediglich Journalist und nicht zugleich umsichtiger Geschäftsmann von Initiative und Thatkraft, dann allerdings thut eine Gesellschaft besser, eine Zweiteilung der Leitung vorzunehmen.

III. Der Expeditionsdienst.

Von dem redaktionellen Teil des Blattes wenden wir uns nunmehr zum Inseratenteil, dessen Bearbeitung der Expedition zufällt. Mit Rücksicht darauf, dass Inserate die Tendenz einer Zeitung zu beeinflussen vermögen, forderte Lassalle, dass die Zeitungen überhaupt keine Inserate aufnehmen dürften. Die Aufstellung einer solchen Forderung konnte nur in einer Zeit erfolgen, als das Annoncieren, die Reklame, noch nicht so notwendig für die Geschäftswelt war, wie heute, und als auch die Zeitungen noch nicht solche Aufwendungen für ihren redaktionellen Teil machten, wie heute, wo die Abonnementsgelder allein nicht ausreichen, die Kosten des Betriebes zu decken, sondern fast jedes Blatt auch auf mehr oder minder reichliche Inserateneinnahmen angewiesen ist, namentlich seitdem die telegraphische Berichterstattung eine immer grössere Ausdehnung angenommen hat und grosse Kosten verursacht. Schon Knies nannte die Annonce im Hinblick auf ihre wirtschaftliche Bedeutung für die Zeitung sehr zutreffend den „Humusboden“ der Zeitungen. Bis zur Mitte des vorigen Jahrhunderts bediente sich die Geschäftswelt nur in geringem Masse des Mittels der öffentlichen Anpreisung ihrer Geschäfte. Erst Ende der 50er Jahre, mit dem Entstehen der Annoncenbureaus in Deutschland, die eine Nachbildung der 1846 in England von Frederik Alger und Anfangs der 50er Jahre von Bullier in Frankreich gebildeten Annoncenbureaus waren, entwickelte sich auch in Deutschland das Annoncenwesen. Haasenstein und Vogler gründeten 1856 in Altona das erste Annoncenbureau, das bald darauf

seine Centrale nach Hamburg, später nach Frankfurt a/M. verlegte. Im Jahre 1867 folgte Rudolf Mosse, Berlin, der den Sitz der Expedition in 13 Städte verlegte, von denen aus sich wieder Filialen verzweigten. Diese beiden Firmen, welche ihr Netz über ganz Deutschland ausspannten, haben auch das französische System der Pachtung des Inseratenteils einer Anzahl Blätter übernommen. So hat die Firma Rudolf Mosse beispielsweise die Regie über die Annoncen von ca. 58 Zeitungen und Zeitschriften des In- und Auslandes, in 84 grossen Städten hat Mosse Expeditionen und in über 250 Städten Agenturen. Diese Annoncenbureaus besorgen nicht nur die Vermittelung der Inserate für alle gewünschten Blätter des In- und Auslandes, sondern sie geben auch Ratschläge und Informationen über sachgemässe und vorteilhafte Inserierung, Ausstattung etc., bieten Entwürfe, Uebersetzungen, Kostenanschläge; ja sogar die Anfertigung von Klichées wird von ihnen übernommen. Wenn auch das heute zur Blüte gediehene Annoncenwesen seine Schattenseiten hat, da es auch unreellen Elementen ermöglicht oder erleichtert, ihr Geschäft auszuüben, so kann man doch im allgemeinen vom volkswirtschaftlichen Standpunkt aus das heutige Inseratenwesen nur als zweckmässig und nützlich anerkennen.

Bei kleinen Zeitungen pflegt meist der Verleger selbst, hier und da noch unter Zuziehung eines Hilfsbeamten, die Geschäfte der Expedition, der die Annahme der Inserate, die Buch- und Kassenführung, die Erledigung der gesamten nicht redaktionellen Korrespondenz, die Propaganda sowie die Austeilung der Zeitungen an die Boten etc. obliegt, gleichzeitig mit dem Redaktionsdienst zu besorgen. Mittlere Zeitungen beschäftigen in ihrer Expedition 3 bis 6 Beamte, bei grossen Zeitungen steigt das Personal je nach dem Umfang des Inseratengeschäftes von 6 bis auf 100 Köpfe und darüber.

Wenn der Inhalt eines Blattes allein den guten Stand eines Zeitungsgeschäftes verbürgte, dann würden die meisten grösseren Zeitungen heute besser dastehen, als dies in Wirklichkeit der

Fall ist. In dem gegenwärtigen heftigen Konkurrenzkampfe der Zeitungen ist auch die Expedition ein überaus wichtiger Faktor und speziell die bei allen grösseren Zeitungen vorhandene Propaganda-Abteilung der Expedition. Es giebt allerdings auch heute noch Zeitungen — es sind namentlich alte, im Besitz reicher Verleger befindliche Blätter —, welche sich zur Einrichtung einer Propaganda-Abteilung, die sie als einen Auswuchs des modernen Zeitungswesens betrachten, nicht entschliessen können. Sie sehen mit verschränkten Armen zu, wie die jüngeren und eifrigeren Konkurrenzblätter ihnen nicht bloss einen Abonnenten nach dem andern, sondern allmählich auch die meisten Inserenten wegnehmen. Wo der Verleger weniger konservativ denkt — die Verlagsgesellschaften stehen schon von vornherein auf dem modernen Standpunkt — da wird er auch in seiner Expedition einen oder mehrere Beamte für die Propaganda anstellen. Die Thätigkeit derartiger Propaganda-Beamten ist folgende:

Alle Blätter, auf welche die Redaktion abonniert hat, wandern, nachdem die Redaktion sie gelesen hat, in die Expedition, sofern die lediglich Inserate enthaltenden Seiten nicht schon vorher abgetrennt worden sind. Aus diesen Blättern nun, insbesondere aber aus den Konkurrenzblättern, werden von dem Propaganda-Leiter diejenigen Inserate ausgeschnitten, welche das eigene Blatt zur Insertion nicht erhalten hat. Mit diesen Ausschnitten wird dann, wenn es sich um Inserate im Orte handelt, ein Acquisiteur zu den Inserenten geschickt, um letzteren mündliche Offerte zu machen. Manche Zeitungen lassen auch diesen persönlichen Besuchen eine schriftliche Offerte vorhergehen. Nach auswärts beschränkt man sich selbstverständlich auf schriftliche Offerten. Ein mit Ueberlegung arbeitender Propaganda-Beamter wird nur solche Inserate ausschneiden, bezüglich deren er sich von einer Offerte auch einen Erfolg versprechen kann. Wo letzterer von vornherein nicht zu erwarten ist, würden ja nur unnötige Portokosten entstehen. In den meisten Fällen erfolgt die Einladung zum Inserieren mit

Angabe des Preises des ausgeschnittenen Inserates per Circular; in den Fällen, wo es sich um einen grösseren Auftrag handelt, wird ein besonderer Brief geschrieben. Einige Dutzend Offerten können so täglich auch von mittleren Zeitungen versandt werden; bei grossen Zeitungen, die eine besonders rührige Propaganda entfalten, steigt die tägliche Zahl solcher geschriebenen und gedruckten Offertbriefe in die Hunderte. In den Provinzialstädten hat fast jede Zeitung ihren eigenen Inseraten-Acquisiteur, in Berlin dagegen sind die meisten Acquisiteure nicht bloss für eine, sondern für eine ganze Reihe von Zeitungen thätig. Diese Acquisiteure suchen, wenn sie ein Inserat von einem Geschäftsmanne erhalten, den Auftrag für möglichst viele Zeitungen zu erlangen, da ihnen ja jede Zeitung Provision zahlt, besondere Mühe für die eine oder andere Zeitung geben sie sich hierbei meistens nicht. Einige wenige Berliner Zeitungen lassen deshalb lediglich für sich einen Agenten arbeiten, in der Hoffnung, dass dieser dann die Vorzüge des von ihm vertretenen Blattes viel besser in das richtige Licht stellt und so viel eher einen Erfolg für sein Blatt erzielt, als der Kollektiv-Acquisiteur; die Hoffnung ist aber meist eine trügerische. Der Acquisiteur, der lediglich für ein einziges Blatt arbeitet, verlangt ausser seiner Provision ein Fixum, dadurch entstehen Ausgaben, die den Mehrertrag seiner Thätigkeit für die Zeitung zum grössten Teil absorbieren. Ausserdem sucht er in den meisten Fällen allmählich doch noch nebenbei die Inserate auch für andere Zeitungen zu erhalten, um seine Provisionseinnahme zu erhöhen. In den Provinzialstädten, wo die Expedition leicht die Thätigkeit ihres Acquisiteurs kontrollieren kann, ist eine gleichzeitige Thätigkeit für ein Konkurrenzblatt von vornherein ausgeschlossen.

Aufgabe der Propaganda-Abteilung ist es auch, von Zeit zu Zeit Probe-Exemplare in mehr oder minder grosser Zahl zu versenden, um neue Abonnenten zu gewinnen. Durch den Massenversandt von Offertbriefen und Probe-Exemplaren entstehen dem Verleger natürlich grosse Ausgaben; es giebt Blätter,

die jährlich einige Hunderttausend Mark für die Propaganda aufwenden. Wenn ein grösseres gediegenes Blatt sich einmal zu einer solchen Ausgabe entschliesst, so pflegen meist die Ausgaben zu dem dadurch erzielten Gewinn in einem schreienden Missverhältnisse zu stehen, es pflegen auf 100 Probe-Exemplare, die eine Zeit lang an ein und dieselbe Adresse versendet werden, nur etwa 3 Bestellungen zu erfolgen, und diese 3 neuen Abonnenten fallen meistens im nächsten Quartal auch wieder ab. Anders verhält es sich mit dem Erfolge der parteilosen Sensationspresse; hier ist der Gewinn ein grösserer und nachhaltigerer. Gleichwohl wäre es verkehrt, wollten auch die besseren Zeitungen ganz auf die Propaganda verzichten. Sache des Expeditionsleiters muss es sein, hier die richtige Auswahl zu treffen, und Ausgaben und Einnahmen in das richtige Verhältnis zu einander zu bringen. Wo nichts geschieht, da wird die vornehmere und bessere Zeitung ihrer rührigeren Konkurrenz bald ganz unterliegen.

Zu den Aufgaben der Expedition gehört auch, wie schon bemerkt, die Effektuierung der Abonnements.

Anders als in den Provinzialstädten, wo sämtliche Zeitungsverleger durch eigene Träger oder Trägerinnen ihre Blätter an die Abonnenten bestellen lassen, geht die Zeitungsbestellung in Berlin vor sich. Hier sind es nur der „Lokal-Anzeiger“, die „Morgen-Post“, die „Berliner Zeitung“ und das „Berliner Tageblatt“ mit ihren Nebenblättern, welche ein eigenes Austrägerpersonal haben. Alle übrigen Zeitungen bedienen sich zu diesem Zwecke der Zeitungsspediteure, deren es in Berlin nach dem Adressbuch pro 1901 108 giebt. Bei der grossen räumlichen Ausdehnung Berlins ist eine eigene Spedition nur für diejenigen Zeitungen durchführbar, die sich einer besonders grossen Abonnentenzahl in allen Stadtvierteln erfreuen; alle übrigen sind auf die Dienste der Spediteure, von denen jeder einzelne durch sein Personal zu gleicher Zeit eine ganze Anzahl Zeitungen bedient, angewiesen.



Die Spediteure bilden unter sich verschiedene Gruppen, von denen jede in der Nähe der Zimmerstrasse, an der sich bekanntlich die meisten Zeitungsdruckereien befinden, einen Keller gemietet hat, nach welchem die Zeitungen aus den Zeitungs-Expeditionen durch Boten der Spediteure geholt werden. In diesen Kellern findet dann die Verteilung der Zeitungen an die Austräger statt. Diejenigen Spediteure, die nicht im Centrum von Berlin, sondern an der Peripherie ihren Kundenkreis haben, lassen per Wagen von den einzelnen Zeitungs-Expeditionen die bestellten Exemplare nach den in ihren Vierteln belegenen Kellern holen und verteilen dort die Exemplare an die Austräger.

Die Spediteure geben den Zeitungs-Expeditionen wohl die von ihnen benötigte Gesamtzahl der Exemplare an, nicht aber die Namen der Abonnenten; aus den Kreisen der Abonnenten aber kommen fast täglich direkt an die Expeditionen Beschwerden über unpünktliche Bestellung der Zeitung durch die Spediteure oder auch über gänzlich unterbliebene Bestellung. Sehr oft beklagen sich Abonnenten darüber, dass ihnen das Abendblatt erst am folgenden Morgen zusammen mit dem Morgenblatt geliefert wird. Die Zeitungs-Expeditionen können nichts anderes thun, als diese Reklamationen ihren Spediteuren übersenden, deren gutem Willen es nun überlassen bleibt, in welcher Weise sie ihr Trägerpersonal zu einer pünktlicheren Erfüllung ihrer Pflichten anhalten wollen. Dass die Uebersendung derartiger Reklamationen an die Spediteure nicht viel hilft, geht aus den bei den Verlegern resp. Expeditionen immer wieder neu eintreffenden Beschwerden hervor. Die Zeitungs-Expeditionen sind diesen Verhältnissen gegenüber leider vollständig machtlos, da sie keine Disziplinargewalt über die Spediteure bezw. deren Trägerpersonal haben, und höchstens zu dem Mittel greifen können, dass sie einzelne Abonnenten einem anderen Spediteur überweisen, bei dem man dann aber genau dieselben Erfahrungen macht. Unwillige Abonnenten pflegen dann meist die Zeitung gänzlich abzubestellen und auf eine andere Zeitung zu abonnieren, um nun von neuem dieselben Erfahrungen auch

bei dieser Zeitung zu machen; sie wissen eben nicht, dass die Unpünktlichkeit in der Bestellung nicht den Zeitungs-Expeditionen, sondern dem Personal der Spediteure zur Last fällt, und dass dieser Missstand sich überall fühlbar macht, ganz einerlei, auf welche Zeitung sie abonnieren. Nur die obengenannten wenigen Blätter, die ein eigenes Trägerpersonal zu halten in der Lage sind, vermögen mit unnachsichtlicher Strenge eine pünktliche Lieferung an ihre sämtlichen Abonnenten durchzuführen.

Kein Spediteur versteht sich dazu, den Verlegern die Listen der Abonnenten ihres Blattes auszuhändigen. Hier haben wir einen der wundesten Punkte im Berliner Zeitungs-Bestellungswesen. Es ist für jeden Verleger und jede Redaktion eines Blattes von höchstem Werte, den Kreis der Abonnenten genau zu kennen, damit man auf die besonderen Bedürfnisse und Wünsche des Leserkreises Rücksicht nehmen kann. Weiss der Verleger und die Redaktion gar nicht, welche Berufskreise hauptsächlich in ihrem Lesepublikum vertreten sind, so ist die Redaktion gar nicht in der Lage, das Blatt so zu redigieren, dass es den Wünschen der Abonnenten entspricht. Es können also dann leicht durch den Abfall unbefriedigter Leser schwere Schädigungen des Verlegers entstehen. Ausserdem kommt es oft vor, dass Mitteilungen mit der Bitte um Aufnahme an die Redaktion gelangen, denen man nur dann eine Berücksichtigung zuteil werden lässt, wenn man weiss, dass der Absender zu den Abonnenten des Blattes gehört. Diese haben ja wohl Anspruch auf die eine oder andere Gefälligkeit, welche man Nichtabonnenten vielleicht versagen wird. Soll nun die Redaktion erst bei dem Einsender, sofern er sich nicht ausdrücklich als Abonnent bezeichnet hat, anfragen, ob er auf die Zeitung abonniert habe? Das würde doch auf den Betreffenden einen eigentümlichen Eindruck machen, da jeder Abonnent als selbstverständlich voraussetzt, dass auch der Expedition des Blattes sein Name bekannt ist. Schon dieser Umstand zeigt, wie wenig berechtigt es ist, das die Berliner Zeitungsspediteure nur die

Anzahl der bei ihnen abonnierten Exemplare einer Zeitung, nicht aber die Namen der Abonnenten den Expeditionen oder Verlegern mitteilen.

Dass die grossen politischen Organe in Berlin, die sämtlich kein eigenes Austrägerpersonal haben, mehr noch als in der Provinz in der Reichshauptstadt selbst inbezug auf die Abonnentenzahl im Rückgange begriffen sind, ist zum Teil auch auf die Missstände im Bestellungswesen zurückzuführen, auch hier befinden sich die Sensationsblätter mit ihrem eigenen Speditionsdienst von vornherein in einer günstigeren Lage.

IV. Der Druckereidienst.

Die dritte grosse Betriebsabteilung bei jeder Zeitung ist die Druckerei.

Ressortchef der Druckerei ist der Faktor, dem sowohl die Setzer, wie das Maschinenpersonal, die Stereotypeure u. s. w. unterstellt sind und der das gesamte technische Personal engagiert. Durch ihn erfolgt auch meist, da er die Lohnlisten zu führen resp. zu kontrollieren hat, die Lohnauszahlung an das Druckereipersonal. Weit mehr als der Faktor steht der Metteur en pages, das Haupt der Setzer, in direktem Verkehr mit der Redaktion, da er von dieser das Manuskript entgegenzunehmen und unter die Setzer zu verteilen hat. Von den Setzern hat der Metteur auch den fertigen Satz entgegenzunehmen und zunächst zu Spalten, sodann zu ganzen Seiten zusammen zu stellen, eine Arbeit, die man „Umbrechen“ des Satzes nennt. Bei diesem Umbrechen, das, wenn die Zeit drängt, oft in grosser Hast geschieht, liegt die Gefahr eines Missgriffes sehr nahe. Der Leser des fertigen Blattes pflegt derartige Fehler irrtümlich der Redaktion zur Last zu legen, die durch derartige Versehen sich oft um Wirkung ihrer besten Artikel betrogen sieht. Ein umsichtiger Metteur, der stets kaltes Blut bewahrt, niemals fehlgreift und mit seinem Umbrechen immer zur

festgesetzten Minute fertig wird, sodass die Zeitung auch stets rechtzeitig zum Druck und zu den Bahnzügen gelangt, ist für jede Zeitung eine höchst schätzbare Kraft, er erspart der Redaktion manchen Verdruss. Für den Inseratenteil giebt es je nach seiner Ausdehnung einen oder mehrere besondere Metteure, die ausschliesslich mit der Expedition verkehren, da ja die Redaktion mit dem Inseratenteil nichts zu thun hat. Das Korrektorpersonal wird bei den meisten Zeitungen als zum technischen Personal der Druckerei gehörig betrachtet und ist hier dem Faktor als dem Leiter der Druckerei unterstellt. Durch den Faktor erfolgt auch in diesen Fällen die Anstellung und Entlassung der Korrektoren. Bei anderen Zeitungen bilden die Korrektoren ein Ressort für sich, das direkt dem Chefredakteur untersteht, hier erfolgt das Engagement etc. entweder durch den Chefredakteur oder den Oberkorrektor. Die Mehrzahl der Korrektoren bei grossen Zeitungen sind akademisch gebildet.

Die Krisis, die gegenwärtig im Zeitungsgewerbe herrscht infolge des Steigens der Papierpreise, die in den letzten 6 Monaten bis um 100 Prozent in die Höhe gegangen sind, wird hoffentlich bald überwunden werden. Zu Hülfe kommen wird den Zeitungsverlegern hierbei neben der Erhöhung der Abonnements- oder Inseratenpreise eine Veränderung, die sich gegenwärtig in dem technischen Teil ihres Betriebes vollzieht, eine Veränderung, die auch volkswirtschaftlich nicht ohne Bedeutung ist. Die Entwickelung der Volkswirtschaft zeigt uns, dass mit zunehmender Kultur die Handarbeit immer mehr durch Maschinenarbeit ersetzt wird. Nachdem im Druckereigewerbe die Handpresse längst der Schnelldruckpresse und der Rotationsmaschine gewichen, sodass selbst in kleineren Betrieben Handpressen heute zu den Seltenheiten gehören, beginnt nun auch die Setzmaschine die Handarbeit zu verdrängen. Schon vor mehreren Jahrzehnten sind Setzmaschinen aufgetaucht, doch genügten sie nicht den an sie zu stellenden Anforderungen, weshalb sie keine weitere Verbreitung fanden. Das Problem hat seitdem unaufhörlich die fachmännischen Kreise beschäftigt und nunmehr

eine glückliche Lösung gefunden. Drei Systeme von Setzmaschinen, sämtlich in Amerika erfunden: die Linotype, der Typograph und die Monoline, streiten seit einem Jahr um den Vorrang. Die Linotype, die in jüngster Zeit noch weitere Verbesserungen erfahren hat, darf man heute als die bestkonstruierte und leistungsfähigste dieser Maschinen bezeichnen. Sie erfordert zu ihrer Bedienung einen Setzer, der auf einer Klaviatur, wie bei der Schreibmaschine, manipuliert, worauf die einzelnen Buchstaben im hintern Teil der Maschine sich mit grösster Schnelligkeit zusammenfügen und als fertig gegossene Zeilen die Maschine verlassen. Ein Maschinensetzer vermag mit einer solchen Zeilengiessmaschine mindestens dreimal so viel zu leisten, als ein Handsetzer. Das Handsetzerpersonal einer Druckerei kann also wesentlich reduziert werden, sobald Setzmaschinen in Betrieb genommen werden, und es tritt dadurch natürlich eine ganz bedeutende Verminderung der Ausgaben für Arbeitslöhne ein. Die Linotype sowohl wie der Typograph haben in dem letzten Jahre einen wahren Siegeszug angetreten, in vielen grösseren und auch schon in zahlreichen kleineren Druckereien Deutschlands sind heute Setzmaschinen aufgestellt. Ganz sind aber die Handsetzer nicht zu entbehren, da die Setzmaschinen hauptsächlich nur für glatten, nicht für komplizierten Satz, auch nicht für Tabellen etc. verwendet werden können. Die Maschinensetzer bilden bereits eine Setzerklasse für sich, die sich zu eigenen Vereinen organisiert haben, um, zumal sie gerade jetzt, da täglich neue Maschinen aufgestellt werden, viel begehrte Arbeitskräfte sind, höheren Lohn zu erlangen. Da ein Maschinensetzer drei Handsetzer überflüssig macht und der „eiserne Kollege“ ohne Zweifel bald in allen rationell geleiteten Druckereien die Oberherrschaft erlangen wird, so wird zweifellos eine grosse Zahl von Handsetzern sich im Laufe der Zeit nach einem andern Erwerbszweig umsehen müssen. So wenig erfreulich dies auf der einen Seite erscheinen mag, so ist doch, wenn man bedenkt, dass der Beruf der Schriftsetzer wegen des Bleistaubes, den diese Arbeiter einatmen, ein sehr gesundheits-

schädlicher, meist Schwindsucht hervorrufender ist, der bereits begonnene und noch weiter sich vollziehende Wechsel vom volkswirtschaftlichen Standpunkt aus nicht zu bedauern. Dass auch bereits sozialdemokratische Zeitungen zur Einstellung von Setzmaschinen und infolge dessen zur Entlassung von Handsetzern übergegangen sind, was bekanntlich zu scharfen Konflikten zwischen den betreffenden Unternehmern und den übrig gebliebenen Arbeitern geführt hat, liefert einen neuen Beweis dafür, dass man auch in den sozialdemokratischen Unternehmungen behufs Herbeiführung einer billigeren Produktion genau so verfährt, wie in den kapitalistischen Kreisen, dass also Parteiprinzipien nicht Stand halten, sobald sich grössere materielle Vorteile erzielen lassen. Der Umgestaltung des Wirtschaftslebens durch die Technik kann sich eben auch die Sozialdemokratie nicht entziehen.*)

Die Linotype-Setzmaschine, deren Bau und Vertrieb für Deutschland, Oesterreich-Ungarn und die Schweiz die Mergenthaler Setzmaschinenfabrik in Berlin übernommen hat, hat in Zeitungs-Druckereien bisher folgende Verbreitung gefunden:

in Deutschland	bei	187 Zeitungen	u.	23	Werkdruckereien
„ Oesterreich-Ungarn	„	11 „	„	3	„
„ der Schweiz	„	— „	„	10	„
„ Luxemburg	„	1 Zeitung	„	—	„
zusammen	bei	199 Zeitungen	u.	36	Werkdruckereien

und zwar sind nach den mir von der Fabrik gemachten Mit-

*) Eine treffliche systematische Gesamtdarstellung der Entwickelung der Setzmaschine giebt Carl Herrmann, Druckereileiter der „Neuen Freien Presse“ in Wien, in seiner Schrift: Geschichte der Setzmaschine und ihre Entwickelung bis auf die heutige Zeit (mit vielen Illustrationen) im Selbstverlag des Verfassers: Wien III, Heumarkt 7. — Commissionsverlag von Siegbert Schnurpfeil, Leipzig-Reudnitz 1900. Das Urteil des Verfassers über die neuesten Maschinen ist mit Vorsicht aufzunehmen, da er — wohl damit sich alle in Fragen kommenden Fabriken für die Verbreitung seiner Schrift interessieren — alle lobt. Den historischen Teil seines Buches beeinträchtigt dies nicht.

teilungen bisher im ganzen 505 Maschinen (Preis 12000 Mark pro Maschine) an die vorerwähnten Zeitungen und Werk-(Accidenz)-Druckereien verkauft worden.

Die Gesellschaft „Typograph" in Berlin beantwortete meine Anfrage nach der heutigen Verbreitung der von ihr hergestellten Maschine wie folgt:

Die Typograph-Maschine (Preis 7000 Mark) ist aufgestellt

	in Zeitungsdruck.	in Werkdruck.
in Deutschland	121	32
„ Oesterreich-Ungarn	8	10
„ Schweden, Norwegen, Dänemark	31	2
„ Holland	8	2
„ der Schweiz	9	3
„ Italien	1	—
im Ganzen in	178 Zeitungsdr.	49 Wd.
	in Werk- und Zeitungsdruckereien	
„ Deutschland	7	

in Summa in 234 Druckereien.

Die Zeilengiessmaschine Monoline (Preis 6500 Mark), die von der Berliner Maschinenfabrik Gustav Fischer & Co. hergestellt wird, ist erst in wenigen Druckereien aufgestellt. Im ganzen dürften kaum 12 Maschinen im Betrieb sein. Eine Frage nach der genauen Zahl ist seitens der Fabrik nicht beantwortet worden.

Da die Korrekturen beim Maschinensatz viel mehr Arbeit verursachen, als beim Handsatz — wenn nur ein Komma entfernt oder eingefügt werden soll, muss die ganze Zeile neu gesetzt werden, da innerhalb der gegossenen, ein festes Ganze bildenden Zeile nichts geändert werden kann — so ist es doppelt erforderlich, dass der Maschinensetzer Flüchtigkeitsfehler im Manuskript selbst sofort bemerkt und beim Setzen orthographische Fehler etc. vermeidet, insbesondere auch gleich korrekt interpunktiert. Da nun der Maschinensetzer gleich-

zeitig auch auf den richtigen Gang seiner Maschine zu achten hat, mit deren kompliziertem feinem Mechanismus er auf das Genaueste vertraut sein muss, um kleinen Störungen, wie sie fast jeden Tag vorkommen, sofort selbst abhelfen zu können, so werden also an seine Intelligenz und Arbeitskraft höhere Anforderungen gestellt, als an die des Handsetzers, und deshalb betrachten sich denn auch schon die Maschinensetzer als eine höhere, bessere Kategorie von Setzern. Der Umstand, dass bei der geringsten Korrektur gleich die ganze betreffende Zeile und in den Fällen, wo Einschiebungen erfolgen, für welche der Raum der Zeile nicht ausreicht, auch die nächstfolgenden Zeilen neu gesetzt werden müssen, gestaltet die Korrekturarbeit zu einer so umfangreichen, dass bei besonders schlechtem Manuskript meist $^1/_4$ des ganzen Satzes neu herzustellen ist, wodurch die Rentabilität der Maschine natürlich bedeutend herabgesetzt wird. Es ist dies ein Punkt, auf den die Fabriken beim Anbieten der Maschinen natürlich nicht aufmerksam machen, bezüglich dessen aber die Verleger gleich nach Inbetriebstellung der Maschine ihre unangenehmen Erfahrungen machen. Der Leiter der Redaktion wird daher überall, wo Setzmaschinen in Gebrauch sind, seine ganz besondere Aufmerksamkeit darauf zu richten haben, dass nur sorgfältig redigiertes Manuskript in die Setzerei wandert. Ein wesentliches Erfordernis für die Rentabilität der Setzmaschinen ist ferner, dass letztere vom frühen Morgen bis spät in die Nacht hinein möglichst ununterbrochen thätig sind, dass die Setzer also niemals auf Manuskript aus der Redaktion zu warten haben. Die Setzerei hat sich dort, wo Setzmaschinen in Gebrauch sind, nicht mehr der Redaktion anzupassen, sondern umgekehrt die Redaktion der Setzerei. Wo der Redaktionschef auf diesen technischen Teil des Betriebes nicht die nötige Rücksicht nimmt und nicht hiernach den ganzen Redaktionsdienst organisiert, wird die von dem Verleger erhoffte Rentabilität der Setzmaschinen nie ganz erreicht werden. Der heutige Konkurrenzkampf der Zeitungen aber macht es ihren Leitern

gebieterisch zur Pflicht, auch technische Fortschritte nicht nur halb, sondern ganz auszunutzen.

Weit früher als im Setzersaale haben sich in der eigentlichen Druckerei infolge der Riesenfortschritte der Technik die weitgehendsten Veränderungen vollzogen. Die Werte, die heute in den Maschinenräumen der Zeitungsdruckereien aufgehäuft sind, gehen in viele hundert Millionen und sind, ebenso wie die enormen Summen, welche alljährlich den Papierfabriken von den Zeitungen zufliessen, ebenfalls ein deutlicher Beweis für die heutige volkswirtschaftliche Bedeutung der Presse. Einige Daten über die Fortschritte der Technik mögen die eingetretenen Veränderungen näher illustrieren. Die ursprünglich in allen Druckereien in Gebrauch gewesene Holzpresse, mit der 2 Personen während des ganzen Tages nur 500 Exemplare drucken konnten, wurde zunächst durch die im Jahre 1800 von Stanhope erfundene eiserne Handpresse ersetzt. Im Jahre 1811 wurde von König in Gemeinschaft mit dem Mechaniker Bauer die erste Schnellpresse mit Cylinderdruck aufgestellt, die in der Stunde 700 einseitig bedruckte Bogen lieferte. Von 1814 an wurde die „Times", deren Beispiel bahnbrechend wirkte, mit von König erbauten Doppelmaschinen gedruckt, denen bald vier- bis sechsfache Maschinen folgten, von denen die vierfache 5000 Bogen in der Stunde druckte. Die Gipsstereotypie wurde durch die 1829 von dem Schriftsetzer Genoux in Lyon erfundene Papierstereotypie ersetzt und gleichfalls zuerst von der „Times" angewendet. Zur Herstellung der Papierplatten gebrauchte man jetzt soviel Minuten, als vorher Stunden für die Gipsplatten. Dem Flachdruck folgte der 1846 in Amerika erfundene Cylinderdruck, die Typenumdrehungsmaschine, die 14000 einseitige Drucke pro Stunde lieferte, aber noch 16—18 Mann zur Bedienung erforderte. 1862 stellte die „Times" eine neue Rotationsmaschine, die Walterpresse, mit der Leistung von 10—12000 zweiseitigen Drucken auf, die nur drei Mann Bedienung bedurfte. Fast gleichzeitig erbaute Marinoni in Paris eine ähnliche Maschine,

die von Reisser für endloses Papier eingerichtet wurde. 1863 wurde, nachdem inzwischen auch die Papierfabrikation eine ganz andere geworden und an die Stelle der bisher verwendeten Lumpen Holzstoff getreten war, Rollenpapier hergestellt, wodurch die Rotationsmaschine noch weiter vervollkommnet wurde. Der Höhepunkt dürfte heute, sobald die ihr zur Zeit noch anhaftenden Mängel beseitigt sind, mit der amerikanischen Hoe = Riesenrotationsmaschine erreicht werden, die 288000 achtseitige mehrfarbig illustrierte Zeitungsexemplare pro Stunde liefern soll, bei ihrer ersten praktischen Erprobung in Berlin aber mehrfach versagt hat.

Ueber das gegenwärtig von der deutschen Presse jährlich gebrauchte Papierquantum und die Zahl der Papierfabriken in Deutschland erhielt ich von dem Syndikus der Papiereinkaufsstelle des Vereins Deutscher Zeitungsverleger folgende Angaben:

Der Bedarf der gesamten deutschen Presse an gewöhnlichem Zeitungsdruckpapier beträgt ca. 180000000 Ko. = 3600000 Ctr. pro Jahr, welches Quantum von etwa 45 deutschen Papierfabriken produziert wird. Die bedeutendsten Druckpapierfabriken, bezw. solche, welche Zeitungsdruckpapier fast ausschliesslich fabrizieren, haben sich — 31 an der Zahl — zum Verbande Deutscher Druckpapierfabriken vereinigt und repräsentieren allein ein jährliches Produktionsquantum von etwa 140000000 Ko. = 2800000 Ctr. Die meisten Druckpapierfabriken stellen ausser Zeitungsdruckpapier auch noch andere Papiere her, ebenso wie viele Fabriken, in denen feinere Papiere erzeugt werden, hin und wieder auch Zeitungsdruckpapier fabrizieren. Die Zahl der eigentlichen Druckpapierfabriken lässt sich deshalb nur ungefähr angeben.

Ausländisches Druckpapier brauchte bisher zur Deckung des deutschen Bedarfes nicht herangezogen zu werden. Im Gegenteil hat ein grösseres Quantum „Druckpapier" exportiert werden können und zwar im Jahre 1900 für Mk. 7183000. Es lässt sich annehmen, dass von diesem Betrag etwa die

Hälfte auf Zeitungsdruckpapier entfällt, genaue Angaben hierüber können nicht gemacht werden, weil verschiedene minderwertige Papiere unter der allgemeinen Bezeichnung „Druckpapier“ verzollt werden.

Dem oben erwähnten Kartell der Papierfabrikanten, das heute den ganzen deutschen Papiermarkt — soweit es sich um Zeitungsdruckpapier handelt — beherrscht, hat der Verein Deutscher Zeitungsverleger eine Vereinigung der Konsumenten in seiner „Papiereinkaufsstelle“ gegenüberzustellen sich bemüht. Bisher hat man aber vergebens darauf hinzuwirken versucht, dass alle deutschen Verleger sich beim Bezug des von ihnen benutzten Papieres dieser vor ca. einem Jahr gegründeten Geschäftsstelle bedienen, der Gemeinsinn der Verleger hat sich noch nicht stark genug erwiesen. Gleichwohl ist die „Papiereinkaufsstelle“, die als besonderes Unternehmen einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung dem Verein Deutscher Zeitungsverleger angegliedert ist, (sämtliche Gesellschafter sind Mitglieder des genannten Vereins) und deren Leitung dem bisherigen Direktor einer grossen Papierfabrik unterstellt ist, bereits mit solchem Erfolg thätig gewesen, dass ihre Existenz gesichert ist. Insbesondere hat sie, abgesehen von den durch sie für zahlreiche Verleger bewirkten Geschäftsabschlüssen, bei der Ausarbeitung von Projekten für neue Fabrikbauten mitgewirkt und sich auch die Gewinnung von Kapitalisten für diese Projekte, von denen verschiedene binnen kurzem zur Ausführung gelangen werden, während andere für einige grössere Verleger in Berlin und Breslau bereits in der Ausführung begriffen sind, angelegen sein lassen. Es hat sich ergeben, dass der Bau neuer Papierfabriken das wirksamste Mittel ist, das Fabrikantenkartell, das zunächst für 3 Jahre geschlossen sein soll, zu sprengen. Nur durch Herbeiführung einer Ueberproduktion kann eine Erniedrigung der gegenwärtig exorbitant hohen Papierpreise herbeigeführt werden.

V. Etat einer kleinen, einer mittleren und einer grossen Zeitung.

Um einen besseren Einblick in den Wirtschaftsbetrieb der Zeitungen zu gewähren, lassen wir hier die Etats dreier verschiedener Zeitungen, und zwar eines kleinen, mit den bescheidensten Mitteln arbeitenden Kreisblattes, einer mittleren Provinzialzeitung und eines grossen Berliner Blattes, das seiner grossen Ausgaben wegen weniger Gewinn abwirft, als die mittlere Provinzialzeitung, folgen, wobei wir bemerken, dass wir als Typus für die grossen Berliner Zeitungen natürlich nicht eines der wenigen Blätter mit Massenauflage, wie Lokalanzeiger, sondern ein parteipolitisches Organ ersten Ranges, das eher als Durchschnitt gelten kann, wählen. Die Etats ergeben folgendes Bild:

Kleine Zeitung (Kreisblatt).

Erscheint wöchentlich 3 mal, jährliches Gewicht einer Nummer 4 Kg.

Einnahmen:

1. Abonnements 700 Expl. (1,25 Mk. pr. Quartal) à 5 Mk.	3500 Mk.
2. Inserate 156 Nummern mit durchschn. 40 Mk. Ins. pr. Nr.	6240 „
	9740 Mk.

Ausgaben:

1. Austrägerlohn und Postbeförderung		300 Mk	
2. Miete	300 Mk.		
Invalid. u. Krankenkasse	50 „		
Porto, Steuern etc. .	100 „		
Betriebskraft . . .	100 „	550 „	
3. Druckkosten, Satzkosten, Falzen 3 Setzer bezw. Drucker à 20 Mk. pr. Woche = 60 × 52 . .		3120 „	
Transport		3970 Mk.	9740 Mk.

	Ausgaben:	Einnahmen:
Transport	3970 Mk.	9740 Mk.
4. 1 Angestellter für Redaktion und Expedition	1500 „	
5. Farbe	80 „	
6. Abonnement auf Zeitungen, lokale Nachrichten, Feuilleton . . .	400 „	
7. Papier 700 × 4 Kilo = 2800 Kilo à 40 Pfg.	1120 „	
8. Abschreibung auf Schrift etc. .	150 „	7220 „
	Ueberschuss	2520 Mk.

Hierzu Ueberschuss der Accidenzdruckerei etwa 10—12000 Mk.

Mittlere Zeitung.

Erscheint wöchentlich 6mal, jährliches Gewicht einer Nummer 12 Kg.

Einnahmen:

1. Abonnements 5000 Expl. (Mk. 3 pro Quartal) à 12 Mk.	60000 Mk.
2. Inserate 300 Nummern mit durchschnittl. 4 Seiten = 1200 Seiten à 80 Mk. (abg. Rabatt) .	96000 „
	156000 Mk.

Ausgaben:

1. Abonnements-Unkosten			
a) Austragen am Platz 4500 Expl. à 1 Mk.	4500 Mk.		
b) Durch die Post bef. 500 Expl. à 1,74 Mk.	870 „	5370 Mk.	
2. Allgemeine Unkosten			
a) Miete . . .	2000 Mk.		
b) Invalidität . .	200 „		
c) Krankenkasse .	150 „		
d) Beleuchtung . .	300 „		
e) Betriebskraft . .	1000 „		
f) Steuern . . .	500 „		
Transport	4150 Mk.	5370 Mk.	156000 Mk.

		Ausgaben:	Einnahmen:
Transport	4150 Mk.	5370 Mk.	156000 Mk.
g) Porto, Schreibmaterialien etc. .	1500 „		
h) Reinigung der Geschäftsräume .	300 „		
i) Telephon, kleine Reparaturen, Berufsgenossenschaft .	500 „	6450 „	
3. Druckkosten: Löhne an das Maschinenpersonal		4500 „	
4. Expeditionskosten:			
a) Gehälter an das Expeditionspersonal	4000 „		
b) Löhne an Falzer und Boten . . .	3000 „	7000 „	
5. Farbe		1000 „	
6. Redaktionsgehälter . . .		7000 „	
7. Ausgaben f. Artikel, Depeschen etc.	3000 „		
„ „ Lokales	1000 „		
„ „ Feuilleton	1000 „	5000 „	
8. Maschinen-Reparaturen . .		300 „	
9. Papier, 5000 Exempl. à 12 Ko. = 60000 Ko. à 30 Pfg. . . .		18000 „	
10. Lohn an Setzer & Metteure .		25000 „	
11. Abschreibung auf Schriften und Maschinen		2000 „	81620 „
		Ueberschuss	74380 Mk.

Hierzu Ueberschuss der Accidenz-Druckerei.

Grosse Zeitung.

Erscheint 12 mal in der Woche, jährliches Gewicht einer Nummer: 25 Ko.

Einnahmen:

1. Abonnements 16000 Expl. (5 Mk. pr. Quart.) à 20 Mk. jährlich	320000 Mk.
2. Inserate: 300 Tage bezw. Nummern mit durchschnittl. $2^1/_2$ Seiten = 750 Seiten à 350 Mk. (nach Abzug des Rabatts) Zeile 50 Pfg. .	262500 „
	582500 Mk.

Ausgaben:

1. Abonnements-Unkosten:			
a) Speditionsgebühr: für 10000 Expl. (durch die Post befördert) à 3.34 Mk. .	33400 Mk.		
b) do. für 6000 Expl. am Platze à 5 Mk.	30000 „	63400 Mk.	
2. Allgemeine Unkosten:			
a) Miete . .	12000 Mk.		
b) Invalid.-Beiträge	2000 „		
c) Krankenkasse-Beiträge . .	1200 „		
d) Beleuchtung .	4000 „		
e) Elektr. Strom bezw. Kohlen	3000 „		
f) Steuern . .	2000 „		
g) Kleine Ausgaben, Porto, Schreibm., Wäsche etc. .	6000 „		
h) Reinigung der Lokalitäten .	1500 „		
i) Berufsgenossenschaft, Reparat., Telephon etc.	3000 „	34700 „	
Transport		98100 Mk.	582500 Mk.

		Ausgaben:	Einnahmen:
	Transport	98100 Mk.	582500 Mk.
3. Druckkosten:			
Löhne an Maschinenmeister und Personal		10000 „	
4. Expeditions-Unkosten:			
a) Gehälter der Angestellten . .	15000 Mk.		
b) Löhne an Boten und Falzer .	14000 „		
c) Fuhrwerk .	2300 „	31300 „	
5. Farbe, Walzenmasse . . .		3000 „	
6. Insertions-Unkosten:			
Provision an Vertreter, Propaganda		4500 „	
7. Redaktionsgehälter . . .		38000 „	
8. Redaktions-Unkosten:			
Honorare an Mitarbeiter			
a) Politik u. Vermischtes (Telegramme, Leitartikel, Correspondenzen, Parlamentsberichte, Wetter-Karten und Berichte, Lotterie-Listen, Abonnem. auf Zeitungen)	80000 Mk.		
b) Lokales . .	8000 „		
c) Feuilleton .	18000 „		
d) Gehälter der Correctoren .	7500 „	113500 „	
9. Papier 16000 Expl. à 25 Ko. jährlich 400000 Ko. à 28 Pfg.		112000 „	
10. Satz-Conto:			
a) Gehalt d. Faktors	5000 Mk.		
b) Gehalt für zwei Metteure .	7000 „	12000 „	
	Transport	422400 Mk.	582500 Mk.

		Ausgaben:	Einnahmen:
Transport		422400 Mk.	582500 Mk.
c) Löhne an die Setzer u. Stereotypeure .	97000 „		
d) Stereotypie-Metall	1000 „	98000 „	
11. Maschinen-Reparaturen . .		1500 „	
12. Abschreibung auf Schriften und Maschinen		18000 „	539900 „
Ueberschuss			42600 Mk.

Hierzu Ueberschuss der Accidenzdruckerei.

Die Gehälter für die Redakteure der mittleren Zeitungen schwanken zwischen 1500 und 5000 Mk. pro Jahr; selten bezieht der erste Redakteur eines mittleren Blattes mehr als 5000 Mk. Bei grossen Zeitungen bewegen sich die Gehälter der einzelnen Redakteure zwischen 2400 bis etwa 25000 Mk., doch dürfte die Zahl der Redakteure, welche ein Gehalt von über 15000 Mk. beziehen, ein Dutzend nicht übersteigen. Pensionsberechtigung giebt es nur bei ganz wenigen grossen Zeitungen. Sehr viele Redakteure korrespondieren noch nebenbei für andere Zeitungen. Berliner Redakteure sind für Provinzialzeitungen thätig, mehr aber noch umgekehrt Redakteure in der Provinz für Berliner Zeitungen. Diese Berufsjournalisten bilden bei den Berliner Zeitungen das Gros der Korrespondenten, während bei den Provinzialzeitungen die Lehrer mit ihren Korrespondenzen über lokale Vorgänge vorherrschend sind. Journalisten, die gleichzeitig für eine ganze Reihe von Zeitungen thätig sind, vermögen Jahreseinnahmen von 10000—20000 Mk. zu erzielen.

Die Korrektoren bei den mittleren und grossen Zeitungen — bei den kleinen Blättern liest der Verleger und Redakteur selbst Korrektur — beziehen ein jährliches Gehalt von 2100 bis 4500 Mark.

C. Schlussbetrachtungen.

Wenn man bedenkt, wie viel Tausende von Personen: Litteraten, Schriftsetzer, Korrektoren, Stereotypeure, Falzer, kaufmännische Beamte, Inseratenagenten, u. s. w. heute im Zeitungsgewerbe thätig sind und hier eine auskömmliche Existenz finden, ganz abgesehen von den Maschinen- und Papierfabriken, denen ebenfalls die Presse, wie schon hervorgehoben, einer der grössten Arbeitgeber ist, dann ist wohl nicht zu bestreiten, dass die Entwickelung des Zeitungswesens, wie sie in allen grösseren Städten zu verzeichnen ist, vom volkswirtschaftlichen Standpunkt aus mit Freuden zu begrüssen ist, trotz der mancherlei Auswüchse, die, wie fast überall, so auch hier zu beklagen sind. Es wäre aber verkehrt, neben den wirtschaftlichen Lichtseiten die sozialen Schattenseiten unerwähnt zu lassen, und deshalb sei auf letztere hier noch näher eingegangen, ist doch nur dann eine Besserung zu erwarten, wenn die Schäden ganz erkannt werden.

Wir haben oben schon auf ein Wort Wuttkes hingewiesen, dass die in unserm heutigen Zeitungswesen durch das Vorherrschen der Telegraphie fast unvermeidliche Eile und Oberflächlichkeit die ganze politische Litteratur gefährdet. Aber noch eine weitere Folge ist zu verzeichnen: Ein ungeheures Mass von Intelligenz und Arbeitskraft geht gründlicher wissenschaftlicher Arbeit verloren, weil es sich in den leichten Dienst der flüchtigen Tagespresse, die täglich die Neugierde der Leser zu befriedigen hat, stellt. Selbst die wichtigsten Fragen werden in der Presse meist nur kurz und oberflächlich behandelt und

können infolge der Beschränkung des Raumes auch meist nicht gut anders behandelt werden. Wer aber täglich so schnell und oberflächlich arbeitet, vermag schliesslich kaum noch sich mit wissenschaftlicher Gründlichkeit in eine Frage zu vertiefen, jedenfalls kommt er gar nicht mehr dazu, durch grössere gediegene Arbeiten sich verdient zu machen. Plato sagt, dass nur der Schuster über das Schusterhandwerk, nur der Landmann über die Landwirtschaft richtig zu urteilen verstehe, also nur den Fachmann will er über seinen Beruf sprechen lassen. Unsere heutigen Journalisten sind keine engherzigen Leute, sie schreiben de omnibus rebus et quibusdam aliis, auch wenn sie von dem, worüber sie urteilen, wenig oder gar nichts verstehen. Da ging Luther doch noch etwas gründlicher zu Werke. Als er die Bibel übersetzte, ging er in die Handwerkerstuben, zu den Schlächtern, Schustern, Schneidern, Färbern, Malern, ja auch zu den Abdeckern, um sich über die termini technici aufklären zu lassen. Wo findet man bei den heutigen Journalisten eine solche Gewissenhaftigkeit und Gründlichkeit? Allerdings bedingt die Konkurrenz Schnelligkeit und diese muss notwendiger Weise zur Oberflächlichkeit führen. Der Theaterkritiker wartet heute gar nicht erst das Ende eines Stückes ab, über das er eine Kritik schreibt, sondern eilt meist schon nach dem vorletzten Akte zu seiner Redaktion, um noch schnell für das Morgenblatt seine Kritik auf das Papier zu werfen. Diese namentlich in Berlin zur Unsitte gewordenen Nachtkritiken über Premièren verführen zu einer Flachheit des Urteils, die höchst bedauerlich ist. Ein Rezensent, der sich mehr Zeit für seine Arbeit nimmt, wird meist eine gediegenere Kritik liefern, als der „Nachtkritiker“. Man vergleiche ferner einen Reiseschriftsteller der früheren Zeit mit dem reisenden Feuilletonisten der Gegenwart. Ein Seume, der einen „Spaziergang nach Syracus“ unternahm, welch' ganz anderen Gewinn zieht er aus seiner Reise, wie ganz anders vertieft er sich bei seinen Beobachtungen, wie ganz anders sichtet und vergleicht er, als der moderne Reiseschriftsteller, der in 58 Stunden mit dem Orientexpresszug von



Berlin über Budapest nach Konstantinopel fährt und wenige Stunden nach seiner Ankunft seinen Feuilletonbericht an die von ihm bediente Zeitung zur Post giebt. Dementsprechend die Wirkung! Ein so schnell hingeworfener Bericht mag sich als Plauderei wohl angenehm lesen, hat aber sonst doch gewiss nur sehr geringen Wert. Seumes Spaziergang nach Syracus wirkt heute noch nachhaltig, weil er klassisch ist. Wer aber weiss nur 14 Tage später noch von den Eindrücken jenes Feuilletonisten nach seiner Ankunft in Konstantinopel? Gerade der Bericht aber ist eines der wichtigsten Mittel der modernen Presse, Belehrung zu verbreiten und Einfluss zu gewinnen.

Oft sind es nur unreife, junge Leute, die in den Zeitungen das grosse Wort führen und die schwierigsten Probleme erörtern. Junge Kräfte sind ja meist billiger, als ältere erfahrenere Redakteure, und so kommt es, dass viele kleine und mittlere Verleger solche billigen Kräfte engagieren, wenn sie nur einen flotten Stil schreiben. Aber selbst das letztere ist noch nicht einmal immer der Fall. Jüngere, gern „dichtende“ und „schriftstellernde“ Volksschullehrer, die sich zu gut dünken für den Schulunterrichtsdienst, deren journalistische Leistungsfähigkeit aber im umgekehrten Verhältnis zu ihrer Selbstschätzung steht, findet man besonders oft als Redakteure kleiner Zeitungen, ausserdem bilden die Schiffbrüchigen aus anderen Karrieren, insbesondere aus der juristischen, ein grosses Kontingent der Journalisten. Angesichts dieser bunten Zusammensetzung des Journalistenstandes ist es kein Wunder, dass manche Leute keine besondere Hochachtung vor den Vertretern der Presse haben. Es ist ein freier Beruf, der, wie alle freien Berufe, sehr darunter leidet, dass alle möglichen Elemente in ihm Unterschlupf suchen und finden. Da ist es denn kein Wunder, dass so oft Indiskretionen und sonstige Taktlosigkeiten von der Presse verübt werden, dass kein Mensch von einiger Bedeutung vor den „Interviewern“ mehr sicher ist und dass es nichts Geheimes, nichts Unantastbares mehr giebt, das von diesen Leuten nicht an die grosse Oeffentlichkeit gezerrt wird. Ebenso wie

diese Art Journalisten sind die Verleger zu verurteilen, die mit den Schreibereien solcher Leute die anständige Konkurrenz zu überbieten und so ein Geschäft zu machen suchen.

Diesem unlauteren Wettbewerb unter den Verlegern kann keine Macht auf Erden ein Ende bereiten, und so wird wohl kaum jemals eine Besserung der oben geschilderten Zustände zu erwarten sein. Eine Art Ehrenkodex sucht zwar der Verein Deutscher Zeitungsverleger zur Geltung zu bringen. Dieser Verein, dem über 200 der angeseheneren politischen Blätter angehören, hat sich die Aufgabe gestellt, neben der Verfolgung der materiellen Interessen seiner Mitglieder, wovon die von ihm begründete Papiereinkaufsstelle Zeugnis ablegt, auch das Standesbewusstsein zu heben. In seinen neuen, in diesem Jahre beschlossenen Statuten ist für jeden seiner Bezirksvereine die Bildung eines Ehrenrates vorgesehen, indessen sind es doch weniger redaktionelle Gepflogenheiten, als vielmehr administrative, den Inseratenteil betreffende Geschäftspraktiken, die in schwereren Fällen dem Ehrenrat unterbreitet werden, und ausserdem ist bis jetzt die gesamte Generalanzeigerpresse, die nach den oben erwähnten Richtungen besonders gern sündigt, von der Aufnahme in den Verein ausgeschlossen. Inbetreff der Inserate der Generalanzeiger soll Eins zugegeben werden: dass diese Presse mit ihrer Massenauflage Angebot und Nachfrage im Kleinverkehr regulieren hilft. Für manche Inserate ist diese Presse mit ihren Tausenden von Lesern von Bedeutung, aber keineswegs für alle. So richtig es ist, dass das Inserat nur dann, wenn es in weitverbreiteten Zeitungen erscheint, ein wertvolles, volkswirtschaftliches Hilfsmittel ist, so muss doch bei jedem Inserat darauf Bedacht genommen werden, für welches Publikum es berechnet ist, und da wird eine ganze Menge Geschäftsanzeigen, mit denen sich der Inserent an ein besser situiertes, kaufkräftiges Publikum wenden will, gerade in der Generalanzeigerpresse ohne die erwünschte Wirkung bleiben. Im übrigen haben die Anzeigen- und Sensationsblätter lediglich zu einer Entartung der Presse geführt, aber nicht sie allein,

sondern auch die durch die Schnelligkeit hervorgerufene Flüchtigkeit und Flachheit, mit der die ganze Presse arbeitet. Ehemals eine Grossmacht, hat die Presse jetzt bei allen, die ihr Getriebe näher kennen, an Ansehen bedeutend verloren, gleichwie das Parlament, auf das man einst so grosse Hoffnungen setzte, durch eigene Schuld immer mehr an Ansehen und Bedeutung eingebüsst hat. So zeigt sich uns bei beiden, bei der Presse sowohl wie beim Parlament, ein selbstregulierendes Moment. Eine Waffe, die nicht in der richtigen Weise angewendet wird, muss stumpf und schartig werden, nur der richtige Gebrauch sichert ihr eine dauernde Wirkung.

Eine ähnliche Entartung, wie in Deutschland, zeigt die Presse auch in England. Es ist hauptsächlich das Beispiel der amerikanischen Sensationsblätter, das sowohl in Deutschland, wie in England Nachahmung gefunden hat und in beiden Ländern die Presse einen gleichen Entwickelungsgang hat nehmen lassen. Der Einfluss des Amerikanismus tritt namentlich in England auf allen Gebieten des gesellschaftlichen und geschäftlichen Lebens, insbesondere aber in der Presse, immer mehr hervor. Was sich in Deutschland Lokal- oder General-Anzeiger nennt, ist in England die Halbpenny-Zeitung, die eine ohrenbetäubende Reklame für sich macht. Blätter wie die „Daily Mail", „Daily Express", „Morning Leader", „Evening News" „Sun", „Star", „Echo" überbieten noch in Bezug auf Rohheit des Geschmacks, Skrupellosigkeit der Darstellung und Grobheit der Mache ihre deutschen Kolleginnen. Infolge des allgemeinen Lesebedürfnisses haben die Zeitungen in England, wo auch die ersten Parteiblätter erschienen, schon vor langer Zeit Auflageziffern (150000—200000) erreicht, wie sie in Deutschland bis vor wenigen Jahren für kein einziges Blatt zu verzeichnen waren.

In Frankreich hat zwar die illustrierte Sensationspresse noch nicht den Erfolg errungen, wie in Deutschland und England, doch wird auch die französische politische Presse von dieser Konkurrenz immer mehr bedroht. Die Hauptsensationsblätter sind die „Patrie", die infolge ihrer Illustrationen einen

ausserordentlichen Aufschwung genommen hat, und die „Presse". Um der Konkurrenz dieser Blätter wirksam zu begegnen, sind auch einige der grössten politischen Zeitungen, wie „Matin", „Journal" und „Eclair", dazu übergegangen, im Text Bilder zu den hauptsächlichsten Tagesereignissen zu geben, andere Blätter werden wahrscheinlich noch folgen, da sich diese Illustrierung als ein sehr wirksames Mittel erweist, das Publikum zu gewinnen. Der „Matin" hat bereits vollständig den Charakter eines Generalanzeigers angenommen, ebenso der „Francais". Mit Hochdruck verbreitet, haben diese beiden, im Verlage des Grosskapitalisten Poidatz erscheinenden Blätter in verhältnismässig kurzer Zeit einen sehr grossen Leserkreis gefunden.

Da Paris auch heute noch der Mittelpunkt des ganzen öffentlichen Lebens in Frankreich ist, so dominiert auch heute noch die Pariser Presse in ganz Frankreich, kein Provinzialblatt kommt an Verbreitung und Bedeutung den grossen Pariser Zeitungen gleich oder auch nur nahe. Von Paris aus gehen täglich hunderttausende, ja beinahe Millionen von Exemplaren der grossen politischen Zeitungen wie „Temps", „Figaro", „Gaulois", die 15 Cent. pro Exemplar kosten, sowie der übrigen 5 Cent. kostenden grossen Pariser Blätter in die Provinz hinaus. Im kleinsten Dorf trifft man die Pariser Zeitungen, zum mindesten das „Petit Journal", welches nicht illustriert und, wenn auch Volksblatt, so doch zu den grösseren Zeitungen zu rechnen ist und nur 5 Cent. kostet. Direktor des „Petit Journal" ist der grosse Druckmaschinenfabrikant Marioni, der eng liirt ist mit dem schon genannten Grosskapitalisten Poidatz, dem Verleger der beiden oben erwähnten parteilosen Blätter „Matin" und „Francais". Wie in Berlin (Scherl), so sehen wir also auch in Paris den Versuch, die billige Anzeigerpresse möglichst in einen Besitz zu konzentrieren und diesem die Alleinherrschaft zu erringen.

Nur scheinbar gedeihen noch die grossen Pariser Zeitungen, in Wirklichkeit ist, seitdem das Sou-Blatt geschaffen wurde, auch in Frankreich ein Rückgang der grossen gediegenen

Presse zu verzeichnen, und zwar sowohl ein wirthschaftlicher Rückgang, wie eine Verminderung inbezug auf Ansehen und Bedeutung. Die Gründe sind, ausser der Konkurrenz der Generalanzeigerpresse, folgende:

Mit wenigen Ausnahmen („Temps“, „Figaro“, „Gaulois“, „Debats“, „Siecle“) sind alle Pariser und Provinzblätter zu 5 Centimes erhältlich. Das Abonnement existiert, wie schon bemerkt, fast gar nicht, der Einzelverkauf wirft nichts ab. Die Zeitungshändler in den Kiosken bezahlen das Hundert Exemplare mit 3 Frc. 75 Cent.; davon gehen noch die Kosten für die Kommissionäre und die Austräger — für den Verkauf in der Provinz die Frachtspesen — ab, so dass der Verleger höchstens 2—2½ Centimes pro Exemplar erhält und obendrein noch die unverkauften Nummern („bouillon“) zurücknehmen muss.

Dass ein Blatt bei den hohen Papierpreisen und den vielen sonstigen Spesen an dem Verkaufe nichts verdient, liegt auf der Hand. Andere Einnahmen, wie Annoncen und Pauschalien von Finanzunternehmungen, fehlen, die letzteren infolge des schlechten Geschäftsganges. Das Annoncenwesen liegt vollständig darnieder. Auf der einen Seite ist die kaufmännische Erziehung des Publikums hinsichtlich des Inserierens und des Inseratenlesens noch nicht vollzogen, auf der anderen macht der Annoncen-Trust, den die Agentur Havas geschaffen hat, jeden Verdienst der Blätter aus den Annoncen illusorisch. Havas zahlt den Blättern wahre Schandpreise für die Annoncen und dann auch nicht gegen Kassa, sondern „in natura“ d. h. die Agentur liefert dafür Depeschen, über deren Qualität und Quantität wir uns nicht weiter auslassen wollen.

Von den Parteien, die ihre Presse unterstützen, sind nur die klerikalen und seit einiger Zeit auch die nationalistischen zu nennen. Die Assumptionisten, die mit ihrem „Croix“ das ganze Land überschwemmen und aus der Ausbeutung des Aberglaubens — Wunderthaten des heil. Antonius von Padua — Millionen gezogen haben, unterstützen mit ihrem Gelde die „Libre Parole“, sowie verschiedene andere Organe.

Die orleanistischen Blätter sind auf die Unterstützung bezw. die milden Gaben reicher Parteigenossen angewiesen, da der Prätendent für Opfer unzugänglich ist.

Die republikanischen Organe beziehen zum Teil Unterstützungen aus den Geheimfonds der Regierung, da die Parteien als solche keine Opfer für die Presse bringen. In manchen Fällen ist ein Politiker der Geldgeber, namentlich in der Provinz, wo Blätter vor den Wahlen entstehen, um nach diesen zumeist das Zeitliche zu segnen. In den meisten Fällen — und das trifft für alle Parteien zu — ist eine Zeitung ein Geschäftsunternehmen in der Hand eines Kapitalisten oder einer Person, die mit dem Gelde Anderer arbeitet. Die Zahl der Pariser Blätter, die von Berufsjournalisten geleitet wird, lässt sich an den Fingern abzählen. An der Spitze der grössten Soublätter, des „Petit Journal" (Tagesauflage über 900000, an Sonntagen über eine Million) und des „Petit Parisien", stehen der schon erwähnte Maschinenfabrikant Marioni und Dupuy, ein ehemaliger Gerichtsvollstrecker, der dann Senator wurde und jetzt Ackerbauminister ist. So kommt es, dass diese Geschäftsleute, die die Berufsehre nicht einmal vom Hörensagen kennen, und die nur ihr Geschäftsinteresse im Auge haben, von Fall zu Fall von einer Partei zur anderen übergehen. Diese Leute betrachten die Presse nur als Mittel zum Zweck und verfolgen deshalb nicht eine bestimmte Politik, sondern treten für das ein, was den Lesern oder den Geldgebern gefällt.

Selbst die sozialdemokratische Presse ist keine Parteipresse d. h. ihre Leitung liegt nicht in Händen der Genossen, zum mindesten nicht die geschäftliche Leitung.*)

Der Umstand, dass nur die wenigsten Blätter von wirklichen Journalisten geleitet werden, ist nicht ohne nachteilige

*) Der „Petit Soir" ist Eigentum des vielfachen Millionärs Edwards, eines wahren Strauchritters, der unter die revolutionären Sozialisten gegangen ist, um seinem Schwager Waldeck-Rousseau unangenehm zu sein. Die grösste Zahl von Aktien der „Lanterne" befindet sich in den Händen der Pereire u. s. w.

Folgen für die Stellung der Journalisten. Da jene „Direktoren" und „Chefredakteure" es nur auf den direkten Geldgewinn abgesehen haben, so spielt die Rücksicht auf die Lage der Mitarbeiter nicht die geringste Rolle, und nur allzu oft müssen Berufsjournalisten den Amateurs, die zumeist auch Kommanditäre sind, den Platz räumen. Neben einer kleinen Anzahl hervorragender Leitartikelschreiber und Chroniqueurs, die ein Jahreseinkommen von oft hunderttausend Francs und darüber haben, fristet die grosse Mehrzahl der französischen Journalisten ein kümmerliches Dasein. Und wie viele Talente befinden sich unter diesen, die nur deshalb nicht durchdringen können, weil sie noch immer den Journalistenberuf als ein „sacerdoce" und nicht als ein Geschäft ansehen.

Auf der abschüssigen Bahn, auf der die französische Presse sich gegenwärtig befindet, kann es nicht mehr lange weiter gehen, eine Reaktion muss und wird bald eintreten!

In Italien giebt es eine eigentliche illustrierte Sensationspresse nicht. Die (farbig-) illustrierte, nur Sonntags erscheinende „Tribuna illustrata" und die ebenfalls sonntägliche illustrierte Beilage des Mailänder „Corriere della Sera" können nicht als zur Sensationspresse gehörig betrachtet werden. Blätter, wie der „Tag", die „Woche" und ähnliche fehlen in Italien vollständig. Dagegen steht die politische Presse in vollster Blüte, heute noch mehr als zuvor. Jedermann hält sich in Italien mehr oder weniger für einen Politiker, für einen Parteimann erster Klasse. Jede Partei hat ihr eigenes Blatt. Die Anhänger der verschiedenen Parteien Italiens halten es — fast ohne Ausnahme — für ihre Ehrenpflicht, ihr Parteiorgan zu lesen, und sei es auch nur aus Eitelkeit, sich als unterrichtet zu zeigen. Es liegt wohl etwas Ironie darin, dass Italien, welches über 50 Prozent Analphabeten aufweist, das Land ist, in welchem am meisten politische Zeitungen gelesen werden. Die bedeutendsten Tageszeitungen sind, was Verbreitung und Einfluss anlangt, die römische „Tribuna", der „Popolo Romano", der in Rom erscheinende „Messagero", der Mailänder „Corriere

della Sera“, der Neapolitaner „Corriere di Napoli“, der Genueser „Secolo XIX“. Der „Popolo Romano“ bezeichnet sich gern als „italienischen Figaro“. Fast alle übrigen Blätter dienen nur einem verhältnismässig kleinen Kreise, alle aber sind politische Organe im strengsten Sinne des Wortes.

Der „Messagero“ lässt sich mit einem Gemisch von „Berliner Lokalanzeiger“ und Sigls „Vaterland“ vergleichen, bringt aber keine Bilder. In Rom giebt es buchstäblich Niemanden, vom König oder Kardinal angefangen bis zum letzten Scopatore (Strassenkehrer) hinunter, welcher nicht täglich seinen „Messagero“ liest. Jeder Droschkenkutscher, jeder Soldat, jedes Dienstmädchen trägt ihn in der Tasche. „Mein Exemplar“, so schreibt mir ein Gewährsmann aus Rom, „passiert an jedem Morgen erwiesener Maassen erst durch drei Hände, ehe ich es erhalte. Beim Portier versammelt sich oft eine ganze Gesellschaft, welcher ein besonders des Lesens Kundiger den Inhalt vorliest“. Man kann den „Messagero“ zu den Sensationsblättern rechnen, jedoch steht er als solches in Italien ziemlich allein da. Der „Messagero“ fürchtet sich vor Niemandem, reisst ebenso den Quirinal, den Vatikan und die Minister, wie den Stadt- und Gemeinderat herunter und hat das Glück, in sehr vielen Fällen das Richtige zu treffen. Gerade dieser mehr oder weniger anscheinenden Parteilosigkeit verdankt er seine grosse Popularität. Seine Hauptreporter sind Unterbeamte und Kammerdiener. Man wird verstehen, was das heissen will. Alle Welt hat Furcht vor dem „Messagero“, und viele Dummheiten werden auf diese Weise vermieden. Uebrigens hört er trotz seiner grossen Verbreitung nicht auf, ein eigentliches römisches Lokalblatt zu sein.

Der Italiener ohne Ausnahme liebt es, in den Cafés, bei der Arbeit, im Weinhaus zu politisieren, und der grosse Erfolg der sozialistischen Partei zeigt deutlich genug, wie sehr das Interesse für Politik in ein Volk eingedrungen ist, das sich noch vor Kurzem um dergleichen gar nicht kümmerte. Dazu kommt noch, dass die gegenwärtige Politik

Italiens durchweg von Kirchthurm- oder persönlichen Interessen beherrscht wird und dass daher ein sehr grosser Teil der Italiener ebenfalls irgend ein persönliches Interesse an den öffentlichen Angelegenheiten hat, und sei es auch nur an denjenigen seiner Stadt oder seiner engeren Heimat. Ausserdem verfügen die grossen politischen Zeitungen, wie „Tribuna", „Corriere della Sera", „Corriere di Napoli" etc. über einen ausgezeichneten Depeschen- und Informationsdienst aus dem In- und Auslande, welcher ausserordentlich zu ihrer Verbreitung beiträgt. Mit grosser Sorgfalt wird auch in allen Blättern die Lokalchronik behandelt, in dieser Rubrik wird der sprüchwörtlichen Neugierde der Italiener im weitgehendsten Maasse Rechnung getragen.

Die grösste Verbreitung haben die liberalen Blätter. Liberal ist selbstverständlich im italienischen Sinne aufzufassen, d. h. als Gegensatz zu „klerikal". Klerikal deckt sich aber durchaus nicht mit katholisch. Innerhalb der „liberalen" Presse giebt es nun eine endlose Reihe verschiedenster Abstufungen: Zanardellisten, Giolittiner, Sonnino'er sowie Monarchisten, Republikaner, Konservative (mit den feineren Nüancen von gemässigt, fortschrittlich etc.), dann die Radikalen und endlich die Sozialisten mit ihrem sehr gut redigierten und verhältnismässig verbreiteten, erst seit einigen Jahren bestehenden Zentralorgan „Avanti". Die klerikale Presse steht in Italien unter dem Gefrierpunkt, nicht weil die Italiener in der allergrössten Mehrheit nicht etwa gute und gläubige Katholiken wären, sondern wegen der Unpopularität der „römischen Frage" in Italien, wegen des vollständigen Versumpftseins der katholischen Bewegung mit allen ihren nichtsthuenden, nur Feste und Huldigungsadressen vorbereitenden Comités und endlich wegen der schlecht redigierten katholischen Presse. Das Hauptblatt des Vatikans, der bekannte „Osservatore Romano", kostete noch vor einem halben Jahre doppelt so viel (2 Soldi) als die übrigen täglich erscheinenden Zeitungen. Dieses Blatt, dessen gesamter Inhalt vom päpstlichen Staatssekretariat revidiert wird, lebt trotzdem

ewig in der Furcht, vom Kardinal Rampolla desavouiert zu werden. Etwas freier bewegt sich das zweite grössere klerikale römische Blatt, die „Voce della Verita." Sie gehört dem bekannten Fürsten Lancelotti, welcher grosse Zuschüsse zahlt. Der Inhalt, mit Ausnahme einiger Leitartikel, bezieht sich in der Hauptsache nur auf päpstliche Ordensverleihungen, Verherrlichungen von Kardinälen, Monsignori etc. und detaillierte Beschreibungen von Kirchenfesten. Freier bewegt sich die katholische Provinzpresse, von welcher einige Blätter, z. B. der „Osservatore Catholico" von Mailand, sehr geschickt geleitet werden. Die Zahl der ganz kleinen, wöchentlich erscheinenden katholischen Blätter ist, der Anzahl der italienischen Bistümer entsprechend, eine sehr grosse, doch ist ihr Leserkreis auf die Geistlichkeit sowie die Mitglieder katholischer Vereine und einige Landleute beschränkt. Die grösseren katholischen Provinzblätter haben teilweise ausgezeichnete, weil unabhängigere Korrespondenten in Rom. Vor allem aber hindert das Non expedit die freie Entwicklung der katholischen Presse.

Ein Hauptgrund der Verbreitung der genannten grossen politischen Blätter ist auch die ungeheuere Leichtigkeit für das Publikum, in den Besitz der neuesten Zeitungen zu gelangen. Einige Minuten nach dem Erscheinen sind diese Blätter in der ganzen Stadt verbreitet. Im Laufschritt ziehen die Strilloni mit ihrer noch nicht zusammengefalteten Ware durch die Strassen, einer sucht dem anderen zuvorzukommen. In allen Cafés, Restaurants, Osterien und Privathäusern hört man sie ihre Zeitungen ausschreien. Das Zeitungsabonnement existiert auch in Italien, indessen wird der Einzelverkauf in den Städten vorgezogen. In der Provinz trägt in der Regel bereits der erste Frühzug die sogenannte prima edizione der hauptstädtischen Blätter, eine Ausgabe, welche eigens für die Provinz gedruckt wird,*) und in welcher nur die letzten Telegramme zu fehlen

*) Auch in Deutschland drucken alle Blätter zuerst ihre auswärtige, dann ihre Stadtausgabe, in welch letztere noch die letzten Telegramme aufgenommen werden.

pflegen. Diese Ausgabe, welche dasselbe Datum trägt, wie die eigentliche Ausgabe (in Italien zweite genannt) hat einen derartigen Vorsprung, dass sie gleichzeitig mit der letzteren erscheint. Die Zeitungsverkäufer empfangen die noch teilweise ungefalteten Blätter direkt vom Eisenbahnwagen aus und treten sofort ihren Lauf damit an. In weniger als einer viertel oder halben Stunde ist buchstäblich die ganze Stadt im Besitz der Zeitungen. Das Postabonnement ist hauptsächlich desshalb unbeliebt, weil dadurch eine sehr bedeutende Verzögerung in der Empfangnahme der Nummern eintritt.

Indessen giebt es ein grosses Anziehungsmittel für Abonnements und das sind die in Italien sehr ausgebildeten Prämien. Schon für ein vierteljährliches Abonnement erhält man solche Geschenke. Die grossen Blätter wetteifern in deren Kostbarkeit und Ausstattung, sowie in deren Anpreisung. Diese ganz-, halb- und vierteljährlichen Prämien bilden für manchen einen Hauptreiz zum Abonnieren, ähnlich wie in Deutschland gewisse Schund- oder andere Romane mehr Absatz finden, weil sie ebenfalls Prämien mit sich bringen. Um ein Beispiel zu nennen: die römische „Tribuna“ giebt ihren jährlichen Abonnenten eine eigens für dieselben angefertigte elegante Weckuhr (Grösse 13 bis 19 Centimeter), sowie Bücher im Werte von 6 Lire (das jährliche Abonnement der „Tribuna“ beträgt 18 Lire), Halbjahrsabonnenten erhalten Oeldrucke, Stiche oder gedruckte Werke im Werte von 3 Lire, sowie eine Karte von China im Werte von 3 Lire. Dreimonatliche Abonnenten erhalten für 1 Lire 50 Centesimi Bücher sowie die genannte Chinakarte. Auch halbjährliche Abonnenten können die Weckuhr erhalten, wenn sie noch drei Lire daraufzahlen. Der „Popolo Romano“ gab im vorigen Jahre eine vergoldete Wanduhr, welche in den hervorragendsten Geschäften ausgestellt war und eigentlich mehr kosten sollte, als der jährliche Abonnementspreis beträgt! Diese „Reklame“ dürfte der Zeitung viele Abonnenten zugeführt haben. Das Gesamturteil über das italienische Zeitungswesen kann dahin zusammengefasst werden, dass die politische Presse

in vollster Blüte steht und dass Hoffnung vorhanden ist, dass sie sich auf der gegenwärtigen Höhe halten wird.

Wie können wir nun in Deutschland zu einer Besserung gelangen? Auf diese Frage ist zu antworten:

Die Presse kann nur gesund sein, wenn sie wirklicher Ausfluss des innersten und edelsten Volksempfindens ist. Sie muss deshalb durch nationales Kapital in ihrer Existenz gesichert und vor schädlichen Einflüssen bewahrt sein, sie muss mehr, als dies jetzt der Fall ist, von national empfindenden Schriftstellern bedient werden und muss, unbeschadet aller berechtigten Parteianschauungen, nur nationale Ideale vertreten. Vor allen Dingen müssen auch sämtliche Verleger streng sittliche Grundsätze ihren materiellen Interessen voranstellen.

Wir fassen den hauptsächlichsten Inhalt unserer Darlegungen in folgende Sätze zusammen:

1. Die deutsche Presse in ihrer Gesamtheit ist eine wirtschaftliche und soziale Macht. Ihre wirtschaftliche Bedeutung als Arbeitgeber ist noch im Steigen begriffen, da die Verbreitung der Presse noch weiter zunimmt.
2. Da gerade die parteilosen Anzeigeblätter noch eine weitere Verbreitung gewinnen, so ist auch die Bedeutung des Anzeigeteils der Zeitungen als Verkehrsfaktor noch eine wachsende.
3. Da die wirtschaftspolitischen Fragen die Politik, und zwar sowohl die innere wie die äussere, immer mehr beherrschen, so wendet die gediegenere Presse diesen Fragen erhöhte Aufmerksamkeit zu, bei der Anstellung von Redakteuren resp. der Annahme von Mitarbeitern werden deshalb volkswirtschaftlich gebildete Kräfte immer mehr bevorzugt.
4. Die Presse hat aber nicht bloss wirtschaftliche Aufgaben zu erfüllen, sondern auch sittliche, sie soll nicht bloss ein Verkehrs-, sondern auch ein Kulturfaktor sein. In letzterer Hinsicht ist die deutsche Presse gegenwärtig im Niedergang begriffen, indem die grossen gediegenen

politischen Tageszeitungen immer mehr zurückgedrängt werden von der parteilosen Sensationspresse, die kein eigenes Urteil, kein Gewissen und deshalb auch in unserem konstitutionellen Staate, in dem so viele wichtige Fragen der Lösung durch die Mitwirkung des Volkes harren, keine soziale Bedeutung hat.

5. Dadurch, dass sich viele tüchtige Kräfte in den Dienst des schnell und flüchtig arbeitenden Journalismus stellen, geht der Wissenschaft ein grosses geistiges Kapital verloren.
6. Wenn die Schattenseiten des heutigen Zeitungswesens auch besonders stark hervortreten, so überwiegen aber doch immer noch die Lichtseiten, sodass man auch heute noch den besseren Teil der Presse als einen wichtigen Kulturfaktor bezeichnen kann, insbesondere werden auch die ernsteren grossen Blätter ihren Wert als Geschichtsquelle behalten.
7. Der Konkurrenzkampf der Zeitungen zwingt alle Zeitungsbesitzer, auch die technischen Fortschritte für ihr Unternehmen ganz auszunutzen, die Handarbeit wird deshalb in den Druckereien immer mehr durch die Maschinenarbeit verdrängt werden. Trotz der dadurch ermöglichten Verringerung der Produktionskosten bleibt die Existenz zahlreicher grosser parteipolitischer Tageszeitungen gefährdet. Eine dauernde Besserung der Lage dieser Blätter ist nur von einer sittlichen Hebung des Volkes, von einem Zurücktreten der Lust am Pikanten und an der Sensation, zu erwarten. Nur wenn das Publikum wieder ernsthaftere, gediegenere Zeitungslektüre bevorzugt, wenn die Spekulation auf seine niedrigen Instinkte keinen Erfolg mehr hat, kann eine Besserung im Zeitungswesen eintreten.

Lebenslauf.

Geboren am 25. Januar 1856 zu Dortmund als Sohn des inzwischen verstorbenen Kaufmanns *Friedr. Wilh. Kronsbein*, erfüllte ich durch den Besuch der Gymnasien zu Dortmund und Essen sowie der Universitäten Berlin und Heidelberg die in bezug auf wissenschaftliche Ausbildung für eine Promotion nötigen Vorbedingungen. Ich studierte, nachdem ich mich früher privatim hauptsächlich kunst- und litterarhistorischen Studien gewidmet hatte, an der Berliner und Heidelberger Universität Nationalökonomie, Finanzwissenschaft und Staatsrecht.

In Berlin hörte ich u. a. die Vorlesungen der Herren Professoren *Schmoller*, *Wagner*, *Sering*, *Hintze*, *Reinhold*, v. *Halle*, in Heidelberg die der Herren Professoren *Rathgen* und *Jellinek*. Zu ganz besonderem Danke fühle ich mich den Herren Professoren *Rathgen* und *Jellinek* für die wissenschaftliche Förderung verpflichtet, die ich durch den Besuch ihrer Vorlesungen erfahren habe.

Seit 20 Jahren bin ich als Journalist thätig. Ich trat im Jahre 1881 als Redakteur bei der „Westfälischen Post" in Hagen ein, war sodann bei der „Braunschweigischen Landeszeitung" beschäftigt und redigierte hierauf 3 Jahre lang das „Kreuznacher Tageblatt". Nach 11jähriger Thätigkeit als Redakteur des „Rheinischen Kuriers" in Wiesbaden wurde ich im Jahre 1897 als Chefredakteur an die „Post" in Berlin berufen, welchen Posten ich noch heute bekleide. Ich schrieb u. a. 2 Bände „Stenographische Streifzüge" (Wiesbaden, 1893 und 1895, Verlag von Rud. Bechtold & Co.).


UNIVERSITY OF MICHIGAN
3 9015 03100 0287

